PROTÉGER LA LANGUE À L'ÈRE DE LA MONDIALISATION

Par Christine Fréchette

Mars 2007

CONSEIL SUPÉRIEUR DE LA LANGUE FRANÇAISE

Québec

Dépôt légal – 2007
Bibliothèque et Archives nationales du Québec
Bibliothèque nationale du Canada
ISBN 978-2-550-49502-4

TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION 1

DÉJÀ PRESQUE 10 ANS DE TRAVAIL 1

LA PORTÉE LINGUISTIQUE DE LA CONVENTION 3

LA LANGUE COMME COMPOSANTE D'UN PRODUIT 3

AFFIRMER LA VALEUR DES LANGUES 4

UN CONTEXTE QUI FRAGILISE LE DROIT DES ÉTATS À PROTÉGER LES LANGUES 5

Y A-T-IL VRAIMENT LIEU DE S'INQUIÉTER? 6

DES PRINCIPES À FAIRE VALOIR 9

DÉLIMITATIONS DE LA PORTÉE D'UNE ACTION LINGUISTIQUE INTERNATIONALE 10

DROITS ET OBLIGATIONS LNGUISTIQUES DES ÉTATS 11

DROITS ET OBLIGATIONS DES ORGANISATIONS INTERNATIONALES 12

CONCLUSION 13

BIBLIOGRAPHIE 14

INTRODUCTION

Les travaux entourant l'élaboration de la Convention de l'UNESCO sur la diversité des expressions culturelles ont mis au jour le fait que certains accords économiques internationaux pouvaient limiter la capacité des États à soutenir, à protéger et à promouvoir le secteur culturel. Ces types d'interventions étaient susceptibles d'être perçus comme entravant la libre circulation des biens et des services. Souhaitant préserver leur marge de manœuvre en ce domaine, des États ont inscrit ce droit dans une convention internationale adoptée en 2005.

La nature même de cette convention laisse à penser que la capacité des États à protéger, à soutenir et à promouvoir la langue s'en trouve protégée. Or, force est de constater que les interventions linguistiques étatiques ne tombent qu'indirectement dans le champ d'application de la Convention. Y a-t-il lieu de s'en inquiéter?

Les analyses et précédents juridiques nous portent à croire que le *statu quo* pourrait être préjudiciable à la capacité des États à protéger et à promouvoir la diversité linguistique. De ce fait, **il apparaît judicieux pour le Québec d'entamer le développement d'une stratégie à caractère international** ayant pour objet la préservation de la capacité des États à légiférer dans le domaine linguistique. Les seuls cadres législatifs québécois et canadiens ne suffisent plus en cette matière.

Ainsi l'affirmation d'un certain nombre de principes fondamentaux tout comme l'adoption par des instances internationales d'une grille d'analyse élargie et tenant compte de considérations politiques, sociales et identitaires apparaissent-elles nécessaires pour faire contrepoids aux critères économiques et commerciaux.
Évoquant la récente histoire de la Convention de l'UNESCO, le présent document en évalue la portée linguistique et traite des risques auxquels s'exposent les États lorsqu'ils légifèrent en matière linguistique. Après avoir rappelé les principes qui fondent la capacité des États à exercer leur pouvoir dans le domaine linguistique, nous déterminerons les droits et obligations linguistiques que devraient se voir reconnaître les États à l'échelle internationale.

DÉJÀ PRESQUE DIX ANS DE TRAVAIL

Oaxaca (Mexique). En 1999, pour la première fois, les ministres de la Culture ont débattu de la possibilité de travailler à l'échelle mondiale à la création d'un instrument juridique qui leur permettrait de protéger le droit de mettre en œuvre des politiques culturelles visant à favoriser, à préserver et à promouvoir la diversité. Un groupe de travail sur la diversité culturelle et la mondialisation fut ainsi mis sur pied en vue d'explorer ces idées[1].

En septembre de l'année 2000, à Santorin (Grèce), les ministres ont privilégié l'idée d'un instrument international sur la diversité culturelle en vue de promouvoir la « diversité d'expressions et d'identités culturelles » et ont entériné une première série de principes en matière de diversité culturelle[2].

En octobre 2003, les États membres demandaient à l'UNESCO de confier au directeur général de l'UNESCO le mandat de soumettre à sa prochaine session (octobre 2005) un rapport

---

1 Antonio RUDDER et autres, « Portée et cadre d'un instrument international sur la diversité culturelle », [s. l.], Groupe de travail sur la diversité culturelle et la mondialisation, 2001, p. 1 [Document de travail].

2 *Ibid.*

préliminaire accompagné d'un avant-projet de convention sur la protection de la diversité des contenus culturels et des expressions artistiques (résolution 32 C/34)[3].

Parallèlement, le gouvernement du Québec dévoilait, en septembre 2003, sa position en matière de diversité culturelle. Le gouvernement y affirmait vouloir conserver sa pleine capacité à intervenir pour soutenir la culture. Il s'engageait à ne prendre aucun engagement de libéralisation au cours de ses négociations commerciales ou en matière d'investissement, chaque fois que des questions étaient susceptibles d'avoir une incidence sur la capacité du Québec à adopter des mesures de soutien à la culture. Le gouvernement annonçait également qu'il appuyait l'idée d'une convention internationale sur la diversité culturelle consacrant le droit des États et des gouvernements à maintenir, à développer et à mettre en œuvre des politiques de soutien à la culture et à la diversité culturelle créant un droit parallèle au droit commercial international et qui ne lui soit pas subordonné[4].

Entre décembre 2003 et juin 2005, le directeur général de l'UNESCO convoqua plusieurs réunions d'experts et de représentants gouvernementaux. Suivant les termes de la résolution 32 C/34, le directeur général soumit à la Conférence générale un rapport rappelant les étapes successives franchies ainsi que les débats et recommandations de la réunion d'experts gouvernementaux, accompagné d'un avant-projet de convention[5]. L'instrument, renommé *Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles*, fut adopté lors de la trente-troisième session de la Conférence générale, le 20 octobre 2005[6]. Ce faisant, l'UNESCO complétait le dispositif normatif des conventions en faveur de la diversité culturelle dans toutes ses formes, patrimoniales et contemporaines[7].

La Convention est entrée en vigueur le 18 mars 2007, soit trois mois après la « date du dépôt du trentième instrument de ratification, d'acceptation, d'approbation ou d'adhésion ». À cette date, cinquante-cinq États[8], dont le Canada, avaient entériné cette entente en la ratifiant, en l'acceptant, en l'approuvant, ou, encore, en y adhérant[9]. En décembre 2006, le directeur général de l'UNESCO déclara au sujet de la Convention que son « processus de ratification a[vait] connu un rythme inédit. Aucune autre convention de l'UNESCO dans le domaine de la culture n'a été adoptée par autant d'États en si peu de temps[10] ».

---

3 Processus d'élaboration de la Convention. En ligne : http://portal.unesco.org/culture/fr/ev.php-URL_ID=30872&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html.

4 Réjean ROY, « Français, diversité culturelle et diversité linguistique », Québec, Conseil supérieur de la langue française, 2007, p. 8.

5 Le document 33 C/23.

6 Processus d'élaboration de la Convention. En ligne : http://portal.unesco.org/culture/fr/ev.php-URL_ID=30872&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html.

7 Site Internet de l'UNESCO : http://portal.unesco.org/culture/fr/ev.php-URL_ID=11281&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html.

8 En ordre chronologique : Canada, Maurice, Mexique, Roumanie, Monaco, Bolivie, Djibouti, Croatie, Togo, Biélorussie, Madagascar, Burkina Faso, République de Moldavie, Pérou, Guatemala, Sénégal, Équateur, Mali, Albanie, Cameroun, Namibie, Inde, Finlande, Autriche, France, Espagne, Suède, Danemark, Slovénie, Estonie, Slovaquie, Luxembourg, Lituanie, Malte, Bulgarie, Chypre, Afrique du Sud, Irlande, Grèce, Brésil, Norvège, Uruguay, Panama, Chine, Sainte-Lucie, Islande, Andorre, Tunisie, Jordanie, Italie, Arménie, Allemagne, Chili, Niger et Portugal.

9 Voir http://portal.unesco.org/la/convention.asp?KO=31038&language=F#1.

10 UNESCOPRESSE, « La Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles entrera en vigueur le 18 mars 2007 », [Communiqué], Paris, UNESCO, 19 décembre 2006. En ligne : http://portal.unesco.org/fr/ev.php-URL_ID=36209&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html.

LA PORTÉE LINGUISTIQUE DE LA CONVENTION

Dès les premiers travaux précédant l'élaboration de cette convention internationale, le Conseil supérieur de la langue française faisait valoir l'importance d'assurer une place à la protection de la langue au sein de l'instrument juridique à créer. En fait, cette requête visant à inclure la langue dans le champ d'application de l'instrument semblait presque tenir de l'évidence tellement les concepts de langue et de culture sont étroitement liés. Qui donc pourrait bien vouloir protéger la diversité culturelle sans y inclure, *de facto*, la langue? L'UNESCO. L'UNESCO y est parvenue.

Il en est ainsi parce que la Convention de l'UNESCO ne porte pas sur le concept de diversité culturelle, mais bien plutôt sur celui de diversité des expressions culturelles. Et malheureusement, non, la langue ne fait pas partie de ce qu'il est convenu d'appeler une « expression culturelle »!

En fait, il a été rapidement convenu pendant les travaux d'élaboration de la Convention que celle-ci ne renverrait pas à la notion de patrimoine culturel en tant que tel, notion qui inclurait les langues. La volonté de limiter le plus possible le champ d'application de la Convention guidait ce choix. Il valait mieux une convention qui irait chercher le plus large soutien qui soit qu'une convention qui engloberait davantage d'enjeux, mais qui ne rallierait pas autant de partisans. Ce sont donc des considérations stratégiques qui ont présidé au retrait de la langue du territoire protégé par la Convention.

De ce fait, dans l'ensemble du texte de la Convention, la langue n'est jamais prise au sens générique du terme. En fait, la langue n'est abordée que par l'intermédiaire des biens et des services dont elle fait partie, tels les disques, des films, des livres, des ondes radiophoniques, etc. Par conséquent, toute notion de patrimoine linguistique, de politique linguistique ou encore de gestion des langues, s'avère exclue du champ d'application de la Convention[11].

Le préambule de la Convention rappelle « que la diversité linguistique est un élément fondamental de la diversité culturelle ». Voilà qui est bien, sauf que ladite convention n'a pas pour objet la « diversité culturelle », mais bien la « diversité des expressions culturelles », comme cela a été évoqué précédemment. Cette mention de la diversité linguistique constitue simplement une sorte de mise en contexte. Elle n'introduit pas le concept de diversité linguistique dans le champ d'application de la Convention.

LA LANGUE COMME COMPOSANTE D'UN PRODUIT

S'il est un endroit où la Convention aborde clairement et sans détour les enjeux linguistiques, c'est dans la section traitant de la légitimité des mesures réglementaires adoptées par les parties[12].

La Convention stipule en effet à l'article 6.2*b* que les parties peuvent adopter des « mesures pour protéger et promouvoir la diversité des expressions culturelles sur [leur] territoire », incluant :

---

11 Christine FRÉCHETTE, « Pour un changement de chapitre linguistique », dans *Le français au Québec, les nouveaux défis*, Québec, 2005, Conseil supérieur de la langue française, p. 47.

12 Soulignons sur ce point qu'il s'agit là d'un élément qui ne paraissait pas dans le texte préliminaire de la convention qui avait circulé quelques mois avant la fin des travaux.

> les mesures qui, d'une manière appropriée, offrent des opportunités aux activités, biens et services culturels nationaux, de trouver leur place parmi l'ensemble des activités, biens et services culturels disponibles sur [leur] territoire, pour ce qui est de leur création, production, diffusion, distribution et jouissance, *y compris les dispositions relatives à la langue utilisée pour lesdits activités, biens et services*[13].

L'établissement de quotas radiophoniques assurant une présence du français sur les ondes, les règles assurant l'accès à la version française des films distribués au Québec ou encore la législation assurant la présence de livres québécois dans les librairies francophones sont quelques exemples de mesures qui s'avèrent potentiellement protégées par cet article de la Convention, puisque associées à des produits ou à des services culturels. Mentionnons à ce sujet que le niveau de protection offert par la Convention s'avère pour l'instant hypothétique, car c'est à l'usage que nous constaterons dans quelle mesure cet instrument international et son mécanisme de règlement des différends seront efficaces.

Bien que l'existence même de la Convention constitue une avancée majeure à laquelle les actions du Québec ont contribué de manière éclatante, force est de constater que les interventions à caractère linguistique et non associées à un bien ou à un service culturels, demeurent toujours sans protection aucune.

AFFIRMER LA VALEUR DES LANGUES

La langue est porteuse d'identité, de valeurs, d'histoire et de sens. Elle permet la cohésion sociale et favorise le développement d'un sentiment d'appartenance à la collectivité.

Pour nous, Québécois, la langue constitue l'étoffe de ce que nous sommes et de ce que nous voulons être. Elle s'inscrit au cœur de notre identité et doit continuer de le faire, nonobstant les impératifs économiques qui surgissent de toutes parts.

À l'échelle de la planète, les langues s'inscrivent au cœur d'un patrimoine culturel où chacune reflète une vision du monde, un système de pensée et des valeurs propres à leur peuple. Rassemblées, elles incarnent la pluralité des identités et des expressions culturelles qu'il nous revient de préserver.

Le processus de mondialisation qui se déploie chaque jour davantage crée un terrain propice au rayonnement des langues au-delà des aires linguistiques auxquelles elles ont traditionnellement été associées. Aidé en cela par les technologies de l'information et de la communication, le processus de mondialisation crée des conditions inédites pour que des interactions accrues surviennent entre les locuteurs de diverses aires linguistiques et que les langues circulent de par le monde.

Mais simultanément, ce même processus de mondialisation génère un phénomène d'homogénéisation qui fait craindre pour l'avenir de la diversité linguistique, du fait qu'il façonne un cadre au sein duquel les considérations économiques ont préséance sur les motifs culturels, sociopolitiques ou identitaires.

De fait, la multiplication des accords économiques internationaux contraint de plus en plus les États dans la conduite de leurs politiques. Les États-nations, au fil de la signature d'accords

13 Nous soulignons.

commerciaux internationaux, s'imposent une dévolution de pouvoirs au profit d'organisations internationales, dont les plus puissantes édictent les règles du jeu commercial et économique.

Autrefois, avant l'émergence d'une ère de régulation mondiale, le corpus législatif qui prévalait au sein des États-nations constituait un tout équilibré, représentatif de l'échelle des valeurs de chaque nation et dont les différentes facettes relevaient tout autant de la sphère économique que des sphères politique, sociale, culturelle et environnementale.

Avec l'avènement d'une ère de régulation mondiale unidimensionnelle, à savoir économique, le fragile équilibre a été brisé. On a accordé un statut de règle internationale contraignante à de nombreux droits commerciaux, tout en s'abstenant de le faire pour les autres formes de droits, politique, culturel, social ou environnemental. Ces derniers y sont soit absents, soit, au mieux, y ont droit de cité mais sont dépourvus de pouvoirs contraignants.

Les droits linguistiques se logent dans une zone grise sur ce plan. À l'échelle internationale, outre ceux paraissant maintenant dans la Convention, les droits linguistiques sont reconnus à l'Organisation mondiale du commerce (OMC), mais suivant une approche fort réductrice. Les droits linguistiques n'existent essentiellement que lorsque la sécurité et la santé des citoyens sont en cause.

Or, il importe que la délégation de pouvoirs vers des instances internationales ne se fasse pas au prix d'un effritement de la diversité linguistique internationale ou d'une uniformisation linguistique accélérée. Pour y parvenir, il faudra d'une part élargir le spectre des droits reconnus et contraignants à l'échelle internationale, afin d'y inclure des droits non commerciaux, tels les droits linguistiques. D'autre part, il faudra associer aux transferts de pouvoirs vers des organisations internationales un certain nombre de responsabilités. En ce qui concerne la langue, cela signifie que « la délégation de pouvoirs politiques auprès d'instances supranationales confère à ces dernières une part de contrôle des pratiques langagières jadis exercé par l'État[14] ».

UN CONTEXTE QUI FRAGILISE LE DROIT DES ÉTATS À PROTÉGER LES LANGUES

La multiplication des accords commerciaux internationaux vulnérabilise la légitimité des interventions étatiques en matière linguistique, du fait que l'exercice de ce droit pourrait être perçu comme un obstacle au libre commerce. À ce chapitre, Ivan Bernier affirme que[15] :

> toute action étatique destinée à promouvoir l'usage d'une ou de plusieurs langues nationales, dès lors qu'elle a pour effet de restreindre les échanges de biens ou de services, court le risque d'être jugée incompatible avec les exigences d'accords qui ont précisément pour objet d'éliminer les entraves à de tels échanges.
>
> La plupart des accords commerciaux internationaux, toutefois, incluent des exceptions générales relatives à la protection de la santé et de la vie des

14 Normand LABRIE, « Vers une stratégie intégrée en Francophonie visant la promotion du français comme condition au maintien du plurilinguisme dans les Amériques », Toronto, Centre de recherches en éducation franco-ontarienne, 1998, p. 6 [Document inédit].

15 Ivan BERNIER, « La préservation de la diversité linguistique à l'heure de la mondialisation », Québec, ministère de la Culture et des Communications, 2001, p. 18. En ligne : http://www.mcc.gouv.qc.ca/diversite-culturelle/pdf/diversite-linguistique.pdf.

> personnes et, de façon moins explicite, à la protection des consommateurs, qui sont susceptibles de justifier le maintien d'exigences linguistiques en matière d'étiquetage, mais à la condition que celles-ci demeurent raisonnables. En dehors de ces cas, il n'existe que très rarement des exceptions générales ou même particulières susceptibles d'englober des interventions étatiques destinées à protéger ou à favoriser l'usage d'une langue. Tels sont les constats qui ressortent de l'analyse d'un certain nombre d'accords commerciaux internationaux parmi les plus importants et les plus représentatifs.

Dès lors, on peut formuler quelques inquiétudes quant au traitement qui pourrait être fait de dispositions qui imposent la présence d'une langue ou sa prédominance dans l'étiquetage, les modes d'emploi ou encore la publicité puisqu'elles pourraient être perçues comme faisant entrave au libre commerce.

Y A-T-IL VRAIMENT LIEU DE S'INQUIÉTER?

La logique commerciale et le positionnement de l'anglais comme langue de référence internationale laissent entrevoir une pression accrue sur les autres langues. L'économisme ambiant et l'influence croissante des diktats économiques en laissent plusieurs pessimistes. Mais y a-t-il vraiment lieu de s'inquiéter?

Il est un précédent juridique européen qui ne laisse point de doute quant à la nature des dangers qui nous guettent et quant au fait que la menace qui plane n'est pas virtuelle, soit l'arrêt Geffroy.

Cette cause a débuté en 1996 alors que des fonctionnaires ont imposé une contravention au supermarché français Géant après la découverte de boissons dont l'étiquetage n'était pas en français.

Or, bien que le droit français stipule que « toutes les mentions d'étiquetage prévues doivent être facilement compréhensibles, rédigées en langue française [et] inscrites à un endroit apparent et de manière à être visibles, clairement lisibles et indélébiles », les juges de la Cour européenne de justice en décidèrent autrement. Ceux-ci indiquèrent que le droit européen en vigueur[16] :

> s'oppose à ce qu'une réglementation nationale impose l'utilisation d'une langue déterminée pour l'étiquetage, sans retenir la possibilité qu'une autre langue facilement comprise par les acheteurs soit utilisée ou que l'information de l'acheteur soit assurée par d'autres mesures. Une telle obligation constituerait [...] une restriction quantitative des importations.

Tel que le rappelle Jean-François Lisée, la France et quelques autres membres de l'Union européenne ont modifié la législation européenne et ont, depuis lors :

> permis aux États membres d'imposer que les mentions d'étiquetage figurent au moins dans une ou plusieurs langues officielles de la Communauté européenne. La France peut donc désormais imposer le français sur ses étiquettes [...] non parce

16 Jean-François LISÉE, « Pour un traité international sur la diversité linguistique », [Conférence], Montréal, OTTIAQ, 24 novembre 2006. En ligne : http://www.cerium.ca:80/article3703.html.

> que c'est la langue officielle de la France, ou la langue dominante du lieu, mais parce que c'est une des langues officielles de la Communauté européenne[17].

Autre signe des temps, Ivan Bernier soulignait en 2001 que, dans le :

> rapport du représentant américain au commerce sur les barrières au commerce maintenues par les États étrangers pour l'an 2000, il est fait état des plaintes des exportateurs américains selon lesquelles les exigences de l'Égypte en matière d'emballage et d'étiquetage de la viande et de la volaille incluent l'apposition de mentions en langue arabe à l'intérieur et à l'extérieur de l'emballage, ce qui a pour effet d'augmenter le coût de mise en marché et de décourager les exportations[18].

Ivan Bernier souligne également que, « dans la partie II de l'AGCS [Accord général sur le commerce des services], l'article VI pourrait facilement trouver application dans le cas d'exigences linguistiques liées à des demandes d'autorisation d'exercer [une profession] ».[19]

L'article VI (1) porte sur la réglementation intérieure. Il y est stipulé que, dans les secteurs où des engagements particuliers auront été pris, « chaque membre fera en sorte que toutes les mesures d'application générale qui affectent le commerce des services soient administrées d'une manière raisonnable, objective et impartiale ».

Le paragraphe 4 prévoit que le Conseil du commerce des services élaborera toutes disciplines nécessaires pour que ces prescriptions :

> *a*) soient fondées sur des critères objectifs et transparents, tels que la compétence et l'aptitude à fournir le service;
> *b*) ne soient pas plus rigoureuses qu'il est nécessaire pour assurer la qualité du service;
> *c*) dans le cas des procédures de licence, ne soient pas en soi une restriction à la fourniture de services.

Suivant Ivan Bernier, « bien que les exigences linguistiques ne soient pas mentionnées en tant que telles dans l'article VI, il semble que celles-ci font effectivement partie des "critères objectifs et transparents" mentionnés au paragraphe 4 ».[20]

Il conclut en soulignant que :

> il ne suffit pas que les connaissances linguistiques soient reconnues comme faisant partie des prescriptions admissibles en matière de qualification professionnelle; il faut encore qu'elles ne soient pas plus rigoureuses que nécessaire pour assurer la qualité du service. Ainsi, ce n'est pas la sauvegarde ni la promotion de la langue qui sont la préoccupation principale, mais bien la liberté du commerce, ce qui pourrait, le cas échéant, soulever des problèmes.[21]

L'article 35 de la Charte de la langue française établit en ce domaine que « [l]es ordres professionnels ne peuvent délivrer de permis qu'à des personnes qui ont de la langue officielle

---

17 *Ibid.*
18 Ivan BERNIER, *op. cit*, p. 24-25.
19 *Ibid.*, p.27.
20 *Ibid.*, p.27.
21 *Ibid.*, p.28.

une connaissance appropriée à l'exercice de leur profession ».[22] Cela pourrait-il être perçu comme établissant des conditions plus rigoureuses que nécessaire pour être acceptable?

Ces quelques exemples démontrent qu'en l'absence d'indication précise sur le traitement juridique à faire des interventions linguistiques étatiques, actuellement, seules des grilles d'analyse économique sont appliquées, avec les risques que l'on sait.

Objectifs d'une démarche de protection de la diversité linguistique

De nombreux objectifs pourraient être atteints s'il advenait que soit entreprise une démarche visant à protéger la diversité linguistique à l'échelle internationale.

Cela légitimerait le droit des États à légiférer en vue de protéger une langue, d'en assurer la présence sur leur territoire afin de créer les conditions nécessaires à sa pérennité et à son épanouissement.

Une telle initiative permettrait de réaffirmer le droit souverain des États de conserver, d'adopter et de mettre en œuvre des politiques et des mesures linguistiques appropriées pour la protection et la promotion d'une langue sur leur territoire. Elle hisserait au plus haut niveau qui soit le droit des États à adopter des politiques et des mesures destinées à protéger et à promouvoir une ou plusieurs langues sur un territoire, le rendant de ce fait difficilement contestable.

Elle consacrerait le rôle de la langue comme acteur du développement et réaffirmerait la liberté d'expression et d'information dans la langue de l'État. De ce fait, elle favoriserait l'épanouissement des langues et de la diversité linguistique au sein des sociétés.

Cela permettrait d'inscrire la reconnaissance des droits linguistiques des citoyens à l'échelle internationale, les légitimant, de ce fait, sur la scène nationale ou régionale.

Le droit d'accès à l'information des citoyens leur permettant d'accéder à des produits ou à des services dans la ou les langues officielles sur un territoire serait dès lors reconnu, de manière inconditionnelle. Ce droit d'accès à l'information assurerait le respect et la protection des citoyens et des consommateurs, lesquels sont en droit de s'attendre à une information et à un étiquetage intelligibles des produits, c'est-à-dire écrits clairement dans la ou les langues officielles de leur pays[23].

Le cadre normatif international dans le domaine de la culture serait plus complet puisqu'il inclurait des mesures de protection pour la langue.

En somme, les objectifs liés à la promotion et à la protection internationales des langues servent les intérêts de tous puisqu'ils permettent aux États d'assumer leur rôle de législateur et de voir leur ou leurs langues nationales reconnues et utilisées à l'échelle internationale. Ils favorisent l'accès des citoyens à de l'information dans leur langue officielle nationale et l'accès des travailleurs à un environnement de travail respectueux des normes linguistiques établies par l'État. Ils servent également des objectifs de nature commerciale, puisque les entreprises sont tenues de s'adresser aux consommateurs dans leur langue d'usage, ce qui favorise l'accroissement des ventes, alors que les consommateurs seront mieux servis parce qu'ils

22 *Ibid.*, p.28.
23 Christine FRÉCHETTE, « Les enjeux et les défis linguistiques de l'intégration des Amériques », Québec, Conseil de la langue française, 2000, p. 40.

seront en mesure de comprendre les messages accompagnant les biens et les services qu'ils consomment.

DES PRINCIPES À FAIRE VALOIR

La mise en œuvre d'une démarche visant à légitimer le droit des États de légiférer au regard de la langue sans que cela soit perçu comme une entrave à la liberté de commercer, permettrait de faire valoir une série de principes fondamentaux.

Le principe de souveraineté suivant lequel les États ont le droit souverain d'adopter des mesures et des politiques pour protéger et promouvoir la langue vient en tête de ces principes.

L'acceptation des interventions linguistiques étatiques à l'échelle internationale favoriserait une plus grande égalité de traitement des aspects de nature commerciale et des aspects proprement linguistiques. La subordination qui caractérise le lien entre ces deux types de droits (exception faite des cas où la santé et la sécurité sont en cause), serait ainsi altérée. En fait, le renversement ou non de cette inégalité de traitement serait tributaire de la force associée aux droits linguistiques.

L'accès à l'information dans la langue officielle d'un État est central parmi les principes justifiant la recherche d'une reconnaissance des droits linguistiques. Il est fait référence ici tant à l'accès à l'information pour les citoyens en général que pour les consommateurs en particulier. Ces derniers sont en droit de demander à ce que l'on s'adresse à eux dans la ou les langues ayant un statut officiel sur leur territoire.

Le principe de l'accès à l'information s'applique également pour ce qui concerne les organisations intergouvernementales internationales. Ces organisations, à cause des responsabilités qui leur incombent, doivent se doter de régimes linguistiques qui les amèneront à refléter la diversité linguistique des États qu'elles représentent. Ce faisant, elles permettront aux citoyens qu'elles servent d'accéder à l'information dans la langue qu'ils utilisent.

La complémentarité des droits linguistiques et de l'intérêt économique des entreprises pourrait également être entérinée. L'adaptation culturelle et linguistique d'un produit ou d'un service à sa clientèle est en effet de première importance, tant pour le respect du client que pour la croissance d'une entreprise.
Le lancement d'une démarche visant la promotion et la protection des langues s'inscrirait à mi-chemin entre les principes de précaution et de prévention. Les risques auxquels sont exposés les États sont encore hypothétiques à l'échelle internationale et relèvent de ce fait du principe de précaution. Ces risques sont toutefois confirmés à l'échelle régionale, ce qui nous permet de les associer à un principe de prévention. Mais, quel que soit le principe dont il relève, il importe de protéger le droit des États à légiférer au regard de la langue avant que ce droit soit examiné, voire contesté, par une organisation internationale. La prévention est ici la seule façon de parer à toute éventualité avant qu'il ne soit trop tard pour intervenir. En l'absence de texte ou de principe reconnus à l'échelle internationale à partir desquels une défense pourrait s'organiser, il convient d'envisager le déploiement d'une stratégie qui permettrait de combler un vide juridique pouvant s'avérer fort préjudiciable.

Finalement, une initiative de la sorte permettrait de réaffirmer les principes de solidarité et de coopération internationales qui lient les différentes aires linguistiques, tel que cela a été le cas

tout au long des démarches de négociation de la Convention de l'UNESCO sur la diversité des expressions culturelles.

DÉLIMITATIONS DE LA PORTÉE D'UNE ACTION LINGUISTIQUE INTERNATIONALE

Langue

Les enjeux linguistiques sont vastes et complexes. Afin de circonscrire la portée d'une démarche internationale, il conviendra d'une part de la limiter aux seules langues ayant un statut officiel à l'échelle d'un pays.

Ce sont en effet ces langues qui sont présentes sur l'échiquier international et qui s'avèrent les plus vulnérables aux conséquences des accords économiques internationaux. Ce sont aussi ces langues qui circulent au gré des flux commerciaux internationaux. Ce sont ces mêmes langues qui réclament d'être vues et entendues au sein des organisations internationales. C'est pourquoi il conviendrait d'axer les efforts en matière de promotion et de protection de la diversité linguistique sur les langues ayant un statut officiel.

Élargir la portée d'une démarche internationale à l'ensemble des langues parlées serait irréaliste, car le multilinguisme au sein des États et des organisations fait face à des contraintes, de nature institutionnelle, financière et temporelle, qu'il serait vain d'ignorer.

Cela ne diminue en rien l'importance des efforts à déployer au regard des langues menacées de disparition. Toutefois, nous considérons qu'il s'agit d'un problème de nature fort distincte qui doit susciter le déploiement d'une stratégie et la mise en œuvre de solutions distinctes.

Interventions linguistiques des États
Ivan Bernier catégorise, dans une étude effectuée pour le ministère de la Culture et des Communications[24], les principales formes d'intervention linguistique étatique destinées à promouvoir l'usage des langues nationales qui sont les plus susceptibles d'avoir un effet sur les échanges de biens ou de services. Il regroupe ces interventions sous cinq grands thèmes :

> 1) les mesures concernant l'étiquetage des produits de consommation et la publicité;
> 2) les mesures imposant des exigences linguistiques pour l'exercice d'une profession;
> 3) les mesures limitant, sur la base de considérations linguistiques, l'entrée de biens ou de services culturels étrangers;
> 4) les mesures conditionnant l'octroi de subventions à des exigences linguistiques;
> 5) les mesures accordant des préférences sur le plan commercial à certains pays étrangers sur la base de considérations linguistiques.

Les mesures décrites au point 3 tombent dans le champ d'application de la Convention de l'UNESCO sur la diversité des expressions culturelles puisqu'elles sont associées à des biens ou à des services culturels. Toutefois, les autres formes d'interventions linguistiques étatiques ne sont pas couvertes par la Convention. C'est le rehaussement du niveau de protection de ces autres formes d'interventions linguistiques étatiques que devrait viser une nouvelle stratégie d'action internationale.

---

24 Ivan BERNIER, *op. cit.*, p. 19.

DROITS ET OBLIGATIONS LINGUISTIQUES DES ÉTATS

C'est au sein des territoires nationaux que les effets positifs de l'adoption d'une action linguistique internationale seront d'abord et avant tout ressentis. Protéger la diversité linguistique sur le plan international générerait des effets positifs sur les territoires nationaux du fait qu'elle reconnaîtrait le droit souverain des États à promouvoir une langue et, à cette fin, à adopter des lois et à mettre en œuvre des interventions linguistiques. Ces politiques linguistiques devraient inclure :

- des mesures réglementaires visant à protéger une ou des langues tout comme à promouvoir la diversité linguistique;
- toute mesure qui offrirait la possibilité à une ou à plusieurs langues d'avoir la place qui lui revient sur un territoire donné, que cette place concerne les milieux de travail, le milieu de l'éducation, le milieu culturel ou la sphère commerciale;
- toute mesure visant à assurer l'accès à l'information et la protection des citoyens, des travailleurs ou des consommateurs, concernant notamment la langue d'enseignement, de travail, d'affichage, d'étiquetage, des modes d'emploi ou de toute communication accompagnant un produit ou un service sur un territoire. Ainsi, tout texte d'accompagnement associé à un produit, à un service ou à une marque de commerce (tels l'étiquette, les modes d'emploi et la devise commerciale) devrait être adapté sur le plan linguistique à la population à laquelle il est destiné;
- des prescriptions linguistiques en matière de qualification professionnelle;
- des mesures qui viseraient à accorder de l'aide financière publique pour le soutien à la présence, à la visibilité ou à la promotion d'une langue ou de plusieurs langues.

Dans le respect des langues minoritaires, les États se verraient reconnaître le droit d'associer des droits ou privilèges aux langues ayant un statut officiel, de décréter la prédominance d'une de ces langues sur leur territoire ou encore d'adopter des politiques publiques visant à perpétuer cette prédominance[25].

En contrepartie, tel que le suggère Jean-François Lisée, il serait interdit d'interdire pour les États. La protection de la diversité linguistique rendrait illégitime toute législation visant à éliminer d'un territoire donné la présence d'une langue minoritaire ou étrangère[26]. Elle imposerait aux États une obligation d'ouverture aux langues, un principe de non-discrimination.

Sur ce thème du principe de la non-discrimination, Fernand de Varennes souligne que « l'impact du principe de non-discrimination en matière d'intervention linguistique par les pouvoirs publics fait encore l'objet de tout un processus d'élucidation[27] ». Suivant ce dernier :

> [...] il semble clair que l'interdiction de discrimination fondée sur la langue ne signifie pas qu'un État ne peut pas privilégier une langue par rapport à d'autres. Un État ne pourra jamais être tenu de mener la totalité de ses activités dans toutes les langues parlées par les personnes qui vivent sur son territoire. La non-discrimination n'interdit pas toutes les distinctions fondées sur la langue, mais uniquement celles qui sont « déraisonnables », tous facteurs pertinents considérés : ceux qui sont liés aux intérêts et buts de l'État et ceux qui sont liés aux intérêts et aux droits de l'individu et à la manière dont celui-ci est touché[28].

---

25 Jean-François LISÉE, *op. cit.*

26 Jean-François LISÉE, « Et maintenant : la langue », *L'Actualité*, 27 avril 2006. En ligne : http://www.cerium.ca/article2264.html.

27 Fernand DE VARENNES, « Parler ou ne pas parler : Le droit des personnes appartenant à des minorités linguistiques », [En ligne], 1997 [Document de travail préparé pour le Groupe de travail sur les droits des minorités des Nations Unies]. [http://www.unesco.org/most/in2pol5.htm] (Consulté le 23 novembre 2001).

28 *Ibid.*

DROITS ET OBLIGATIONS DES ORGANISATIONS INTERNATIONALES

Une action internationale visant la promotion et la protection de la diversité linguistique se devrait de mettre à contribution les organisations internationales. Comme cela a été mentionné précédemment, la dynamique de mondialisation favorise la multiplication des accords économiques et l'accroissement du nombre d'organisations internationales, tout en conférant à ces dernières des pouvoirs accrus.

Le pouvoir ne devrait jamais venir seul; il doit être accompagné de responsabilités. Or, en ce qui a trait aux organisations intergouvernementales internationales, l'une de ces responsabilités concerne le respect et la promotion de la diversité linguistique des États qu'elles représentent ou qui en sont membres. Comme le souligne le Haut Conseil de la Francophonie, il s'agit là d'un « facteur de démocratisation des organisations internationales ».

La contribution des organisations internationales intergouvernementales à la promotion de la diversité linguistique peut être multiple. Ces organisations contribuent au renforcement et à la consolidation de la diversité linguistique par la voie :

- de leurs politiques linguistiques pour leur fonctionnement interne et la tenue des rencontres officielles;
- de leurs critères linguistiques d'embauche du personnel;
- du multilinguisme des publications institutionnelles et du site Internet de l'organisation;
- de l'importance qu'elles accordent aux enjeux linguistiques dans leurs travaux et les différends qu'elles ont à traiter.

Les régimes linguistiques de ces institutions devraient prévoir l'utilisation de l'ensemble des langues qui, dans les États membres, ont un statut officiel. Lorsque ce nombre est trop important, comme c'est le cas pour les Nations Unies par exemple, les organisations intergouvernementales devraient s'assurer de refléter la plus large diversité linguistique possible, considérant les moyens dont elles disposent. Cela suppose la mise en place d'une gouvernance linguistique sur le plan supranational.

Cette gouvernance devrait prévoir l'élaboration et la diffusion d'information dans le plus grand nombre de langues officielles des pays membres. Le multilinguisme des sites Internet est primordial pour l'accessibilité linguistique d'une organisation, car ceux-ci constituent souvent la porte d'entrée, voire l'unique lien entre une organisation et les populations des différents États membres.

L'adoption de critères linguistiques d'embauche respectant l'égalité des langues et concourant à la promotion et au respect du caractère multilingue des organisations internationales est également essentielle en ce domaine.

CONCLUSION

La multiplication des accords économiques internationaux a eu pour effet, au fil des années, de contraindre l'action des États lorsque celle-ci peut avoir une incidence sur l'accès à un marché pour des biens ou services étrangers.

Dans ce contexte, la capacité des États à intervenir en vue de protéger, soutenir et promouvoir le secteur culturel semblait compromise. L'adoption de la Convention de l'UNESCO sur la diversité des expressions culturelles a permis de réduire les risques auxquels ce type de mesure gouvernementale était exposé.

Cette convention ne traite toutefois pas de la capacité des États à protéger, à soutenir ou à promouvoir une langue, à moins que celle-ci ne constitue une composante d'un bien ou d'un service culturels, comme la langue des disques, la langue des livres ou celle des films. Par conséquent, les législations linguistiques visant à assurer la visibilité du français au Québec, à établir des règles pour les renseignements accompagnant un bien ou un service (comme la langue d'étiquetage ou celle des modes d'emploi), ou encore les prescriptions linguistiques en matière de qualification professionnelle pourraient éventuellement être considérées comme entravant la libre circulation des biens et des services. Certains signaux laissent entrevoir que cette possibilité n'est pas que virtuelle.

Dès lors, une démarche fondée sur une approche d'ouverture à la diversité linguistique visant à faire reconnaître à l'international le droit des États à protéger, à soutenir et à promouvoir une langue apparaît judicieuse. L'occasion serait également tout indiquée pour faire valoir l'importance de renforcer le caractère multilingue des organisations intergouvernementales internationales, lesquelles doivent inclure parmi leurs responsabilités celle de refléter la diversité linguistique des États qu'elles représentent.

Le succès d'une telle démarche reposerait sur la possibilité de rallier un nombre significatif d'États autour de cet objectif. Comme chacun sait, la volonté seule du Québec s'avérerait ici insuffisante. En revanche, sa capacité à rallier des États partenaires pourrait s'avérer déterminante, comme elle l'a été lors des travaux ayant mené à l'adoption de la Convention de l'UNESCO sur la diversité des expressions culturelles.

Le capital d'expertise développé par le Québec en matière de gestion des enjeux linguistiques, l'importance que revêt la langue pour sa survie et sa détermination à défendre son caractère identitaire constituent des assises solides pour aller de l'avant dans la poursuite de cet objectif ambitieux.

BIBLIOGRAPHIE

BERNIER, Yvan. « La préservation de la diversité linguistique à l'heure de la mondialisation », Québec, ministère de la Culture et des Communications, 2001. En ligne : http://www.mcc.gouv.qc.ca/diversite-culturelle/pdf/diversite-linguistique.pdf.

DE VARENNE, Fernand. « Parler ou ne pas parler : Le droit des personnes appartenant à des minorités linguistiques », 1997, [Document de travail préparé pour le Groupe de travail sur les droits des minorités des Nations Unies], En ligne : http://www.unesco.org/most/ln2pol5.htm]

FRÉCHETTE, Christine. « Les enjeux et les défis linguistiques de l'intégration des Amériques », Québec, Conseil de la langue française, 2000, 21 p.

FRÉCHETTE, Christine. « Pour un changement de chapitre linguistique », dans « Le français au Québec, les nouveaux défis », 2005, Québec, Conseil supérieur de la langue française, 622 p.

LABRIE, Normand. « Vers une stratégie intégrée en Francophonie visant la promotion du français comme condition au maintien du plurilinguisme dans les Amériques », Toronto, Centre de recherches en éducation franco-ontarienne, 1998, [document inédit], 60 p.

LISÉE, Jean-François. « Et maintenant : la langue », *L'Actualité*, 27 avril 2006. En ligne : http://www.cerium.ca/article2264.html.

LISÉE, Jean-François. « Pour un traité international sur la diversité linguistique », [Conférence], Montréal, OTTIAQ, 24 novembre 2006. En ligne : http://www.cerium.ca:80/article3703.html.

ROY, Réjean. « Français, diversité culturelle et diversité linguistique », Québec, Conseil supérieur de la langue française, 2007, 37 p.

RUDDER, Antonio et autres. « Portée et cadre d'un instrument international sur la diversité culturelle », [s. l.], Groupe de travail sur la diversité culturelle et la mondialisation, 2001, [document de travail].

UNESCOPRESSE. « La Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles entrera en vigueur le 18 mars 2007 », Paris, UNESCO, 19 décembre 2006. En ligne : http://portal.unesco.org/fr/ev.phpURL_ID=36209&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html.

FRANÇAIS, DIVERSITÉ CULTURELLE ET DIVERSITÉ LINGUISTIQUE

Par Réjean Roy
avec la collaboration de Pierre Georgeault
Mars 2007

CONSEIL SUPÉRIEUR DE LA LANGUE FRANÇAISE

Québec

Dépôt légal – 2007
Bibliothèque et Archives nationales du Québec
Bibliothèque nationale du Canada
ISBN 978-2-550-49500-0

TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION : LA LANGUE : OBSTACLE AU COMMERCE? 1

CHAPITRE 1 : L'OMC, L'UNESCO ET LA CULTURE 3

CHAPITRE 2 : *CONGORAMA VS BORAT V.F.* 7

CHAPITRE 3 : Y A-T-IL VRAIMENT UN PROBLÈME? 12

CONCLUSION 22

BIBLIOGRAPHIE 35

LISTE DES GRAPHIQUES

Graphique 1 *Langue et culture : des intérêts parfois divergents (L'exemple du cinéma)* 24

Graphique 2 *Répartition des salles projetant trois films différents dans la région montréalaise (semaine du 12-11-2006)* 25

Graphique 3 *Les trois grandes catégories de films* 27

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1 Chaque peuple lit généralement dans sa langue (2003) 28

Tableau 2 Chaque peuple lit généralement dans sa langue (2006) 29

Tableau 3 Les habitudes culturelles des Québécois qui parlent français à la maison (1999 et 2004) 30

Tableau 4 Langue et culture : des intérêts parfois divergents 31

Tableau 5 Les pratiques des studios en matière d'édition de DVD en français 32

Tableau 6 La langue des DVD au Québec 33

Tableau 7 Les effets linguistiques des technologies 34

INTRODUCTION
LA LANGUE : OBSTACLE AU COMMERCE?

> Les constructeurs automobile [américains] veulent de nouveau prendre les pratiques commerciales japonaises d'assaut. Selon certaines sources, ils pourraient se plaindre de l'utilisation déloyale que le Japon fait de sa langue nationale. « Les consommateurs nippons ont beaucoup de difficulté à comprendre les guides d'utilisation anglais qui accompagnent les voitures américaines », souligne un expert de Detroit. « Comme ils ne savent pas comment faire fonctionner ces dernières, ils sont bien moins susceptibles d'en acheter. » La plupart pensent que, si l'Organisation mondiale du commerce (OMC) demandait au Japon d'abolir le japonais, le Japon s'y opposerait en se prévalant de la clause d'exception culturelle. Un représentant de l'OMC juge cet argument frivole : « La valeur culturelle d'un guide d'utilisation automobile est encore plus faible que celle de la version canadienne du *Sélection du Reader's Digest*[1] » (*Common Dreams News Center*, 3 août 2000).

Luxembourg, 1991. Dans un arrêt controversé, la Cour de justice de l'Union européenne annonce que l'obligation faite aux entreprises d'utiliser minimalement le français sur l'étiquette des produits alimentaires distribués en région wallonne et le flamand sur l'emballage des denrées vendues en Flandre constitue une restriction des importations interdite par le traité instaurant le marché unique.

Neuf ans plus tard, la Cour de justice rend un nouvel arrêt remettant en cause le pouvoir des États de l'Union européenne sur le plan linguistique. L'arrêt Geffroy de septembre 2000 établit que la réglementation hexagonale forçant l'usage du français en matière d'emballage est illégale en vertu du droit européen. En effet, ce dernier s'oppose à « ce qu'une réglementation nationale impose l'utilisation d'une langue déterminée pour l'étiquetage des denrées alimentaires sans retenir la possibilité qu'une autre langue facilement comprise par les acheteurs soit utilisée ou que l'information de l'acheteur soit assurée par d'autres mesures » (Bergerat et Meynier, 2003).

Selon Bergerat et Meynier (2003), la « Commission se montre ainsi favorable à l'acceptation de la diffusion d'informations commerciales auprès des consommateurs dans une langue qui pourrait également ne pas être la langue officielle du pays de diffusion ». En fait, « la fin de l'utilisation de la langue indigène sur les étiquettes, que marque l'arrêt Geffroy, revient simplement à faire passer la libre circulation des marchandises au-dessus de la Constitution [française] et des lois nationales ».

Ce qui est arrivé en Europe dans le secteur alimentaire pourrait éventuellement survenir au Québec dans de nombreux domaines. En effet, comme le laisse entendre le texte satirique ouvrant cette section, l'appartenance du Canada à des organismes internationaux comme

---

1 Traduction libre de : « [American] automakers plan to launch other complaints against Japanese trade practices. Sources within the industry hint that the next challenge may target the unfair use of the Japanese language. "Japanese customers can hardly make sense of North American owner's manuals," said one Detroit-based auto analyst. "They're much less likely to buy a vehicle when they can't figure out how to make it work." It's widely expected that Japan would resist any WTO demands to abolish Japanese by claiming a cultural exemption to normal trade rules. But a WTO official scoffed. "There's even less genuine cultural value to a Japanese-language owner's manual than there is in the Canadian edition of *Reader's Digest*." »

l'Organisation mondiale du commerce (OMC) et son adhésion à des traités tel l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA) pourraient notamment avoir pour effet une diminution de la capacité du gouvernement du Québec et du gouvernement fédéral à intervenir en faveur du français.

La remise en cause des pouvoirs de l'Assemblée nationale et du Parlement canadien pourrait, pensent certains, avoir des effets dans le secteur des industries culturelles, étant donné le nombre important de lois et de règlements à portée linguistique encadrant présentement son fonctionnement. Par exemple, comme l'a démontré Ivan Bernier (2002) dans *La préservation de la diversité linguistique à l'heure de la mondialisation*, tant les quotas radiophoniques encadrant la diffusion de chansons anglophones sur les chaînes radiophoniques francophones que les restrictions relatives à la circulation au Québec de films en version anglaise pourraient devoir être revus au lendemain de l'élimination de l'« exception culturelle ».

Cela dit, faut-il vraiment s'inquiéter de la disparition possible des mesures protégeant ou promouvant l'usage du français dans le champ des industries culturelles? Si les mesures présentes ont toujours un rôle, quels barrières ou leviers commerciaux importe-t-il de défendre *bec et ongles*? Comment assurer la préservation de la diversité linguistique dans le secteur culturel? C'est à ces questions que nous nous intéresserons dans ce court document.

Dans un premier chapitre, nous verrons qu'actuellement, des acteurs comme l'OMC ne tiennent pas plus compte des intérêts culturels ou linguistiques des États que de leurs préoccupations environnementales, sociales ou autres lorsqu'ils interviennent dans un différend commercial. Cela a amené le Québec et le Canada à appuyer la création, par l'UNESCO, d'un instrument de protection de la diversité culturelle qui tient notamment compte de la dimension linguistique de nombreux biens et services culturels.

Dans une deuxième partie, nous découvrirons que les intérêts des producteurs de biens et services culturels les poussent généralement à tenir compte des besoins linguistiques des consommateurs quand ils exportent. Comme les consommateurs du Québec et d'ailleurs s'attendent le plus souvent à être servis dans leur langue, les Américains font souvent l'effort de traduire leurs productions.

Dans une troisième section, nous chercherons à cerner la nature des problèmes culturels que les dispositions québécoises à portée linguistique visent actuellement à résoudre. Nous verrons également que certaines de ces difficultés n'en sont peut-être plus ou, parce que la donne est en train de changer, n'en seront plus bientôt. Nous mettrons aussi en l'avant l'idée que, même lorsque des lacunes existent en ce qui a trait à l'utilisation du français et des autres langues dans le champ culturel, il n'est pas toujours facile de savoir ce qui est permis ou non.

Finalement, nous conclurons en expliquant que la diversité linguistique, dans le secteur culturel, dépend essentiellement, de nos jours, de la capacité de chaque groupe linguistique à occuper l'espace disponible.

CHAPITRE 1
L'OMC, L'UNESCO ET LA CULTURE

FLIPPER DÉFAIT PAR L'OMC

Créé en 1995 pour régir l'Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce (en anglais, le GATT), l'Organisation mondiale du commerce (OMC) constitue l'un des plus importants promoteurs de la libéralisation internationale des marchés. Au départ, l'organisme travaillait essentiellement à la réduction des tarifs douaniers. Cependant, il intervient de plus en plus sur le *terrain de jeu* des États en requérant d'eux qu'ils modifient leurs traditions et pratiques commerciales intérieures. Cette intrusion est l'une des principales causes de l'émergence d'un fort mouvement antimondialisation (DiMatteo et autres, 2003 : 98).

En effet, l'OMC fait le plus souvent fi des effets de ses décisions dans les champs non commerciaux. Ainsi, « en vertu de son mandat monolithique — libéraliser le commerce international —, l'OMC ne tient pas compte de [...] facteurs environnementaux, des droits des animaux, des droits des consommateurs, des droits des travailleurs ou de la souveraineté nationale[2] » (DiMatteo et autres, 2003 : 98). Trois courts exemples suffiront à le démontrer.

Premier exemple : en 1988, l'Union européenne décidait de décréter un embargo sur la viande traitée aux hormones de croissance, de peur que celle-ci ne représente un danger pour la santé. La mesure ne se voulait pas discriminatoire, selon la Commission européenne : s'il était interdit aux pays membres d'importer de la viande aux hormones, il leur était aussi interdit d'en produire. Huit ans plus tard, les États-Unis et le Canada portaient l'affaire devant l'OMC. Pour ces deux pays, la règle européenne empêchant la commercialisation de bœuf aux hormones était une barrière non tarifaire. En 1997, l'OMC rejetait l'argumentation européenne selon laquelle l'embargo visait seulement à protéger la santé des citoyens. Selon l'organisme, aucune étude scientifique n'était venue confirmer que les viandes aux hormones représentent un quelconque danger pour l'être humain (DiMatteo et autres, 2003 : 134).

Deuxième exemple : dans les années quatre-vingt-dix, les préoccupations des groupes de défense des animaux ont amené le gouvernement fédéral américain à créer le label *Dolphin Safe*, lequel garantit notamment que le thon en boîte acheté par les consommateurs a été pêché sans mettre les dauphins en danger; elles ont également incité le U.S. National Marine Fisheries Service à forcer les crevettiers à équiper leurs bateaux d'appareils qui dissuadent les tortues de s'approcher des filets. Dans les deux cas, les mesures américaines ont été contestées devant l'OMC. Dans les deux cas, les États-Unis ont perdu leur cause. En effet, selon les règles de l'organisme international, aucun État ne peut empêcher l'importation d'un produit sous prétexte que celui-ci a été fabriqué d'une manière préjudiciable à l'environnement ou aux animaux (DiMatteo et autres, 2003 : 100).

Il est à noter qu'il n'est pas nécessaire à un État d'interdire une pratique ou un produit pour prêter le flanc aux critiques de l'OMC. En effet, il peut lui suffire d'imposer l'adoption d'un comportement mercatique donné. Par exemple, en 1998, l'Union européenne commençait à exiger l'étiquetage des aliments produits à partir d'organismes génétiquement modifiés (OGM) comme le maïs ou le soja. Tout indique qu'en l'absence de données scientifiques claires sur les

2 Traduction libre de : « Its monolithic mandate of liberalizing international trade generally does not allow the consideration of legal or ethical factors involving the environment, animal rights, consumer rights, labor rights or sovereignty. »

dangers propres aux OGM, les règles européennes concernant leur emballage ne survivraient pas à une contestation américaine. Selon John Stephen Fredland (2000), bien qu'il soit clair que de telles règles n'ont pas de fondement protectionniste, l'accent que l'OMC met sur leurs *effets* les rend aussi suspectes que si elles avaient été adoptées dans le cadre d'une « conspiration véritable ».

Étant donné la manière dont l'OMC s'occupe actuellement de questions de commerce aussi importantes que celles mentionnées ci-dessus — des questions ayant de fortes incidences sur la santé des consommateurs ou sur la qualité de l'environnement —, on comprend bien que plusieurs doutent de sa capacité à agir pour préserver la diversité culturelle et linguistique dans le monde. Selon la logique de l'OMC, il est en effet à prévoir que :

- les questions culturelles seront abordées sous l'angle de l'offre (il est légitime de chercher à faire de l'argent en exportant des biens culturels) plutôt que du point de vue de la demande (la culture est un style de vie, et toute culture importée transporte avec elle des éléments éventuellement nuisibles à la culture locale);
- les produits à composante culturelle, tels les livres, les disques, les films ou les émissions de télévision, seront considérés comme des produits ordinaires que certains pays (ex. : les États-Unis) fabriquent efficacement et d'autres (ex. : le Québec), beaucoup moins.

Par conséquent, certaines des lois et des règles employées pour protéger et promouvoir les industries culturelles nationales pourraient disparaître, ou les États récalcitrants devront accepter de payer un prix élevé — sous forme de pénalités tarifaires compensatoires — pour les préserver.

De crainte que les règles de l'OMC ou d'autres instances semblables ne menacent ses politiques culturelles, le Québec s'associait au Canada, au début des années deux mille, pour élaborer un *instrument* capable de leur faire contrepoids. Cet instrument qui est adopté par l'UNESCO sert à défendre l'idée que les produits et les services culturels ne sont pas des marchandises comme les autres.

L'INSTRUMENT SUR LA DIVERSITÉ CULTURELLE

Le 19 septembre 2003, le gouvernement du Québec publiait un communiqué de presse qui expliquait sa position en matière de diversité culturelle. Le communiqué affirmait :

- le Québec veut conserver sa pleine capacité d'intervenir pour soutenir la culture par ses politiques culturelles;
- le Québec refusera de prendre des engagements de libéralisation et aura recours aux réserves nécessaires pour préserver ses politiques dans le cadre de toutes les négociations commerciales et de la libéralisation du commerce et de l'investissement, chaque fois que des questions soulevées pourront avoir une incidence sur la capacité du Québec de prendre des mesures de soutien à la culture;
- le Québec appuie l'adoption d'une Convention internationale sur la diversité culturelle consacrant le droit des États et des gouvernements à maintenir, à développer et mettre en œuvre des politiques de soutien à la culture et à la diversité culturelle;

- cette Convention internationale devra définir un droit applicable en matière de diversité culturelle tout en soulignant l'ouverture aux autres cultures et à leurs expressions;
- cette Convention internationale créera un droit parallèle au droit commercial international, qui ne sera pas subordonné à celui-ci, et qui comprendra un mécanisme de règlement des différends efficace;
- le Québec appuie l'adoption par l'UNESCO d'une Convention internationale sur la diversité culturelle (Québec, ministère de la Culture et des Communications, 2004).

Deux ans plus tard, le 20 octobre 2005, l'UNESCO adoptait la Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles.

Cet instrument international entrera en vigueur trois mois après la « date du dépôt du trentième instrument de ratification, d'acceptation, d'approbation ou d'adhésion ». Au 10 novembre 2006, seize États, dont le Canada, avaient entériné cette entente en la ratifiant, en l'acceptant ou en l'approuvant, ou, encore, en y adhérant[3].

L'INSTRUMENT ET LA LANGUE

En 2004, avant l'acceptation du projet, Christine Fréchette déplorait, dans une étude effectuée pour le compte du Conseil supérieur de la langue française, que « l'avant-projet de convention [...] réussi[sse] le tour de force de traiter de l'importance de protéger la diversité des expressions culturelles, sans même faire référence directement à la langue »[4].

En effet, notait Fréchette (2004) :

> dans la section définissant les termes utilisés dans le projet de convention, l'article 4 décrit la culture comme [...] « l'ensemble des traits distinctifs spirituels et matériels, intellectuels et affectifs qui caractérisent une société ou un groupe social et englobe, outre les arts et les lettres, les modes de vie, les façons de vivre ensemble, les systèmes de valeurs, les traditions et les croyances ».
>
> Il est particulièrement étonnant de ne pas retrouver l'adjectif « linguistiques » parmi ceux se rapportant à la notion de « traits distinctifs ». Question de se rassurer quant à la prise en considération de la langue par la convention, on en vient curieusement à se demander si la langue ne pourrait pas être considérée comme un trait intellectuel ou encore un mode de vie.
>
> En fait, cet article représente bien la forme d'évitement de toute référence à la langue que les auteurs ont semblé privilégier. Dans l'ensemble du texte du projet de convention, la langue n'est jamais prise au sens générique. La langue n'est abordée, pour les rares fois où cela survient, qu'à travers la notion de biens et services ou autres activités culturelles, mais jamais pour elle-même. En ce sens, toute notion de patrimoine linguistique, de politique linguistique ou encore de

3 Voir http://portal.unesco.org/la/convention.asp?KO=31038&language=F#1.

4 Le texte de l'avant-projet pouvait encore être consulté, le 10 novembre 2006, à l'adresse http://www.incp-ripc.org/meetings/2002/instrument_f.shtml.

> gestion des langues, s'avère exclue du champ d'application du projet de convention.

Cette omission n'a pas été corrigée totalement dans la version finale du texte de la Convention[5]. Ainsi, l'article 4 omet toujours de considérer explicitement la langue comme un élément constitutif de la culture d'une nation ou d'une communauté.

Cependant, force est de constater que le préambule de la Convention énonce clairement « que la diversité linguistique est un élément fondamental de la diversité culturelle ». En outre, le traité stipule à l'article 6 que ses signataires peuvent adopter des « mesures réglementaires qui visent à protéger et promouvoir la diversité des expressions culturelles », incluant des mesures qui :

> d'une manière appropriée, offrent des opportunités aux activités, biens et services culturels nationaux, de trouver leur place parmi l'ensemble des activités, biens et services culturels disponibles sur son territoire, pour ce qui est de leur création, production, diffusion, distribution et jouissance, *y compris les dispositions relatives à la langue utilisée pour lesdits activités, biens et services*[6].

Le faible accent mis sur la langue dans la version préliminaire de l'instrument était étonnant, dans le contexte où, selon ses promoteurs, le traité devait être appelé à jouer un rôle important dans la conservation d'« un niveau essentiel d'identité collective, de cohésion sociale et de solidarité nationale dans un environnement mondial ».

Cependant, comme nous venons de le voir, l'UNESCO semble avoir comblé cette lacune, partiellement tout au moins. En effet, la Convention semble aujourd'hui chercher à défendre les politiques nationales et régionales relatives à la production et à la distribution des produits et des services culturels, y compris les produits et services qui ont la langue pour composante essentielle, tels les films, les émissions de télévision, les chansons ou les imprimés.

Une fois qu'elle sera en vigueur, quelles seront la portée et l'efficacité juridiques de la Convention? Nous laissons aux spécialistes du droit le soin de répondre à cette question. Pour notre part, la question qui nous intéressera est la suivante : avec ou sans convention, la diversité linguistique, dans le secteur des industries culturelles, est-elle en danger? Pourrait-elle l'être demain? Si oui, que devrait faire le Québec pour la favoriser?

---

5 Celle-ci est affichée sur le Web, à l'adresse http://portal.unesco.org/fr/ev.php-URL_ID=31038&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html#ENTRY (Page consultée le 10 novembre 2006).

6 Nous soulignons.

CHAPITRE 2
CONGORAMA VS BORAT V.F.

> La télévision québécoise doit-elle servir les besoins des téléspectateurs francophones ou ceux des producteurs québécois? On peut exprimer le dilemme ainsi : si langue et culture sont synonymes, on devrait encourager la consommation d'émissions en français, même s'il s'agit d'émissions américaines doublées en raison de leur bas prix et de leur popularité. Si, par contre, la culture englobe plus que la langue, il faut se demander si la consommation d'émissions américaines doublées, tout en renforçant la vitalité et la présence du français, n'introduit pas des valeurs américaines dans le tissu culturel de l'identité québécoise [...] (De la Garde, 1996 : 268)[7].

LE DÉSIR DE L'EMPIRE AMÉRICAIN

Deux grands facteurs expliquent que les États-Unis défendent avec vigueur l'accès de leurs producteurs aux marchés culturels internationaux.

Premièrement, les industries culturelles sont l'un des secteurs commerciaux où les États-Unis réussissent actuellement le mieux. Par exemple, en 2005, les vingt films les plus populaires au monde avaient la nationalité américaine. Selon les statistiques, 56 % des recettes brutes totales de ces longs métrages (soit 4,4 milliards de dollars américains) avaient été réalisées à l'extérieur des États-Unis (Cannes Market, 2006 : 9). En 2002, ce pourcentage s'élevait à seulement 51 % (Cannes Market, 2002 : 9).

Les autres pays, en comparaison, peinent à exporter leurs films. Ainsi, pendant qu'en 2005, 60 % des billets de cinéma vendus dans l'Union européenne l'étaient à des personnes venues voir des films américains (en France, la part de marché des Américains était de 46 %), aux États-Unis, les producteurs de films européens devaient se contenter d'une part de marché de 3 % (Cannes Market, 2006 : 15 et 36)[8].

La performance des États-Unis sur les marchés culturels s'explique en forte partie par les sommes qu'ils injectent dans la production et la commercialisation de leurs produits et services. Par exemple, entre 1991 et 2005, le coût moyen de production des films issus des grands studios américains est passé de 26 à 60 millions de dollars américains. En comparaison, il montait en France de 4 à 6 millions de dollars américains. Pendant la même période, le coût moyen de mise en marché des films issus des grands studios américains passait de 12 à

---

7 Traduction libre de : « Should Québécois television cater to French-language programs or to Québécois production? The dilemma can be stated in the following terms: if language is synonymous with culture, one should encourage the consumption of French-language television programs, even of dubbed American programs because of their low cost and high-viewing appeal. If, on the other hand, culture is more than language, the question is raised of whether the consumption of dubbed American programs, while reinforcing the vitality and public awareness of the French language, also introduces American values into the cultural fabric of the Québécois identity. »

8 Le surplus américain a considérablement augmenté depuis 1989, alors qu'il s'élevait à seulement 2,7 milliards de dollars américains. Cette hausse est imputable à la montée rapide des ventes américaines : celles-ci ont presque triplé dans les années quatre-vingt-dix pendant que les ventes européennes ne faisaient que doubler (Aas, 2001).

36 millions de dollars américains (Cannes Market, 2002 : 7 et 13, et Cannes Market, 2006 : 7 et 39).

Cela dit, la performance des États-Unis sur les marchés internationaux est aussi imputable à la capacité de leurs producteurs à fournir aux consommateurs ce qu'ils demandent. Quoi que l'on en dise parfois, il existe en effet un lien entre la qualité d'un récit et son potentiel commercial. Après tout, comme disait Voltaire : « S'ils vont voir l'une de mes pièces, c'est probablement qu'elle était bonne. S'ils n'y vont pas, elle était sans doute mauvaise » (cité dans Micklethwait et Wooldridge, 2000 : 199).

Deuxièmement, les films, les livres, les disques et les émissions de télévision américains sont bien davantage que de simples biens ou services aux yeux des décideurs.

D'une part, il s'agit de véhicules publicitaires extraordinaires pour l'ensemble des produits américains. Comme le soulignait Wim Wenders, « [l]es gens croient de plus en plus en ce qu'ils voient et ils achètent ce en quoi ils croient. Si nous lâchons l'industrie audiovisuelle européenne, toutes nos autres industries en souffriront. Les consommateurs utilisent, conduisent, mangent, achètent ce qu'ils voient dans les films[9] » (cité dans Crystal, 2003 : 91).

D'autre part, les industries culturelles constituent un véhicule politique crucial pour les États-Unis. En effet, comme l'expliquait le président américain Hoover dès les années vingt : « Nous vendrons nos images partout dans le monde, nous vendrons nos produits, mais surtout les gens auront envie de copier notre mode de vie » (cité dans Benhamou, 2002 : 305). Plus récemment, le patron du Festival de Cannes, Gilles Jacob, avançait la même idée : « Les États-Unis ne sont pas seulement intéressés à exporter leurs films. Ils sont intéressés à exporter un mode de vie[10] » (cité dans Micklethwait et Wooldridge, 2000 : 187).

Il n'est pas surprenant, dans ce contexte, que la consolidation de l'avantage concurrentiel américain soit une question cruciale pour les entreprises américaines comme pour le gouvernement américain (Aas, 2001). Toutefois, cela signifie-t-il que les États-Unis s'opposeront nécessairement à toute manœuvre nationale ou internationale en faveur de la diversité linguistique dans le secteur culturel? Non. Pour comprendre pourquoi, il faut savoir que les consommateurs non américains préfèrent généralement utiliser leur propre langue quand ils consomment des produits culturels — et que les producteurs américains en sont bien conscients!

LA DOMINATION DES LANGUES NATIONALES

Il existe deux grandes catégories de biens ou de services culturels. Certains, comme la danse, la peinture ou la musique classique, possèdent une composante linguistique allant de nulle à

9 Traduction libre de : « People increasingly believe in what they see and they buy what they believe in. If we ever give up the European film industry, then all the other European industries will suffer in the future. People use, drive, wear, eat and buy what they see in the movies. »

10 Traduction libre de : « America is not just interested in exporting its films. It is interested in exporting its way of life. » Par ailleurs, « Hubert Védrine montre l'absence de neutralité de la domination linguistique dans le domaine du droit international : l'expansion mondiale de l'anglais entraîne la montée du pouvoir des lawyers américains et par suite de la common law dans les accords internationaux et privés. De façon analogue, au-delà de la diffusion de produits, on exporte une langue et un mode de vie, une vision du bien et du mal, un système de valeurs » (Benhamou, 2002 : 305).

faible. D'autres, comme le livre, la chanson, le long métrage de fiction ou la série télévisée, ne sauraient exister sans le support du français, de l'anglais, de l'espagnol ou d'une autre langue.

Comme l'a fait remarquer Abram de Swaan, il est généralement plus facile d'exporter une œuvre culturelle à faible contenu linguistique, comme une toile de maître, qu'une autre à fort contenu langagier, comme un film[11]. En effet, il n'est pas nécessaire à un Mexicain ou à un Chinois de connaître le français pour apprécier la beauté du *Pont Neuf* de Pierre-Auguste Renoir. Par contre, pour déguster les *Invasions barbares* de Denys Arcand en version française, le cinéphile hispanophone ou sinophone doit maîtriser cette langue.

Ce qui précède explique que les nations consomment généralement les produits et les services culturels à fort contenu linguistique qu'ils achètent dans leur propre langue plutôt que dans la langue dans laquelle ils ont été conçus.

On le voit à l'étranger. Par exemple, jusqu'à 2003, *The Economist* publiait périodiquement un palmarès des livres les plus vendus dans différents pays. À l'époque, les dix livres les plus populaires aux Pays-Bas, en France, en Allemagne et en Espagne étaient respectivement rédigés en néerlandais, en français, en allemand et en espagnol, comme le montre le tableau 1. Ces *best-sellers* étaient souvent d'origine étrangère, notamment américaine, mais, s'ils devenaient populaires, c'est qu'ils avaient été traduits.

Les statistiques les plus récentes montrent que cela demeure vrai. Ainsi, en novembre 2006, les livres les plus vendus aux Pays-Bas, en France, en Allemagne et en Espagne étaient respectivement offerts en néerlandais, en français, en allemand et en espagnol, même si certains étaient d'origine anglo-saxonne (tableau 2).

Au Québec, on note le même phénomène dans la plupart des secteurs culturels. Ainsi, comme le montre le tableau 3, les Québécois de langue française utilisent généralement le français pour regarder la télévision, écouter la radio ou, encore, lire des livres, des revues ou des hebdomadaires. Il n'y a que deux domaines où l'anglais livre une concurrence relativement forte au français comme langue de consommation des produits culturels : le domaine de la musique et celui du cinéma.

En effet, la chanson de langue anglaise occupe une grande place au Québec. Pendant que 78 % des francophones consacrent une partie de leurs loisirs à l'écoute de chansons en français, près de trois sur quatre, 73 %, profitent également de leurs temps libres pour écouter des chansons en langue anglaise. À cet égard, le Québec, on le devine, ne se distingue nullement de pays comme la France, l'Allemagne ou l'Espagne, où les chanteurs britanniques et américains sont aussi très populaires et contrôlent une forte partie du marché (Micklethwait et Wooldridge, 2000 : 196).

L'anglais occupe aussi une place relativement importante au Québec en matière de cinéma. Ainsi, en 2005, les films réalisés, doublés ou sous-titrés en langue française représentaient seulement 74 % de l'ensemble des longs métrages projetés dans les cinémas et les ciné-parcs québécois. La projection de films en français attirait un pourcentage équivalent de l'assistance

11 Il y a des exceptions. Par exemple, la chanson populaire d'expression anglaise s'exporte bien aux quatre coins du monde, même si seule une fraction des habitants de la planète parlent l'anglais.

totale enregistrée dans les cinémas et les ciné-parcs et recueillait 70 % des recettes (Institut de la statistique du Québec, 2006 : tableau 6.1).

Cela dit, la place du français dans les cinémas et les ciné-parcs du Québec s'est renforcée avec le temps. Ainsi, entre 2001 et 2005, le nombre de projections en langue française dans les cinémas ou ciné-parcs québécois a augmenté de 13 %, pendant que le nombre de projections en langue anglaise ou étrangère a diminué de 4 % (Institut de la statistique du Québec, 2006 : tableau 6.1). De plus, pendant la même période, l'assistance aux représentations en français est demeurée sensiblement la même (onze mille personnes de moins), alors que le public des séances en anglais ou en d'autres langues diminuait de 1,4 million de personnes, soit de 17 % (Institut de la statistique du Québec, 2006 : tableau 6.1).

La proportion de spectateurs à la recherche de projections en français est moins forte dans la région de Montréal qu'ailleurs au Québec, ce qui ne surprend pas. Elle a cependant augmenté ces dernières années. Ainsi, en 2005, les séances en français recueillaient 64 % de l'auditoire cinématographique montréalais total, contre seulement 60 % en 2001 et 50 % en 1997. À l'extérieur de la métropole, 91 % des spectateurs privilégiaient les projections en français en 2005, une hausse de trois points de pourcentage par rapport à 2001 (Institut de la statistique du Québec, 2006 : tableau 6.8).

Au Québec, la majorité des projections de films américains se fait en français. Cette proportion a légèrement augmenté ces dernières années, passant de 66 % en 1997 à 68 % en 2001 et à 70 % en 2005 (Institut de la statistique du Québec, 2002 et 2006 : tableau 6.30). L'auditoire semble approuver cette répartition. Ainsi, 67 % des spectateurs de films américains décidaient en 2005 de voir ceux-ci en langue française, la même proportion qu'en 2001, mais cinq points de pourcentage de mieux qu'en 1997 (Institut de la statistique du Québec, 2002 et 2006 : tableau 6.31).

Il ne fait pas de doute qu'au Québec, un film ne peut rencontrer le succès s'il n'est pas en français. À preuve, sur les 430 films qui ont attiré plus de 49 999 spectateurs en salle entre 1999 et 2001, à peine 26, soit 6 %, se sont avérés plus populaires en version anglaise ou autre qu'en version française (ex. : la version anglaise de *Danser dans le noir*, du Danois Lars von Trier, a attiré 58 792 spectateurs, contre 35 870 pour la version française) (Institut de la statistique du Québec, 2002 : tableau 6.33). En outre, sur les 239 films qui ont attiré plus de 100 000 spectateurs en salle entre 2003 et 2005, seulement 12, ou 5 %, ont eu plus de succès en version anglaise qu'en version française (ex. : la version anglaise de *Kill Bill*, un film américain, a attiré 135 556 spectateurs, contre 103 056 pour la version française) (Institut de la statistique du Québec, 2006 : tableau 6.33).

Par ailleurs, selon un sondage non scientifique[12] mené en 2003 par le magazine Internet *DVD en français* (2003), 78 % des consommateurs s'assurent, avant d'acheter un DVD, que celui-ci comporte une bande sonore ou des sous-titres en français. En 2005, *DVD en français* (2005) a mené une nouvelle enquête du genre. Celle-ci a révélé que seulement 4 % des acheteurs québécois ne considèrent pas comme important qu'un DVD comporte une bande sonore ou des sous-titres français. Près de quatre sur cinq (79 %) soutiennent même avoir déjà renoncé à acheter un DVD parce que celui-ci n'était pas offert en version doublée.

12 Le sondage a été mené sur Internet auprès d'un échantillon non aléatoire de personnes.

QUAND INTÉRÊTS CULTURELS ET LINGUISTIQUES DIVERGENT

L'ensemble des données ci-dessus illustre bien qu'en menant une lutte contre les autres langues, voire en les négligeant, les Américains risqueraient de nuire à leur positionnement concurrentiel dans les marchés internationaux. Pour exporter leurs produits et services culturels ailleurs dans le monde, les États-Unis doivent plutôt sacrifier leurs intérêts linguistiques à court terme et s'efforcer de parler la langue du client.

Tous les pays sont appelés à faire ce genre de compromis, preuve que, comme l'illustrent le graphique 1 et le tableau 4, les intérêts culturels d'une collectivité et ses intérêts linguistiques ne concordent pas nécessairement. Par exemple, d'un point de vue culturel, il importera que le Québec produise des livres reflétant les divers volets de son identité ou assurant des débouchés à ses écrivains et éditeurs (tableau 1). Dans la plupart des cas, ces ouvrages seront rédigés en français, mais il pourra aussi arriver qu'ils le soient en anglais (ex. : *Life of Pi* de Yann Martel). D'un point de vue strictement linguistique toutefois, il sera essentiel qu'une œuvre littéraire soit offerte en français, peu importe sa provenance géographique.

Inversement, d'un point de vue linguistique, il n'y aura rien de négatif à ce que les romans consommés par les Québécois soient souvent des ouvrages d'origine américaine ou britannique dont les droits ont été vendus à des éditeurs français, qui les ont traduits pour le marché francophone. Par contre, d'un angle culturel, on conclura qu'en satisfaisant les attentes linguistiques des consommateurs du Québec, la France y exporte la culture anglo-saxonne (Martin, 1996 : 233).

En intervenant sur le plan linguistique, le Québec pourra donc entraver le développement des industries culturelles québécoises, tandis qu'en privilégiant l'essor des industries culturelles québécoises, il nuira parfois à l'essor du français. Ainsi, certains, comme l'Association canadienne des distributeurs et des exportateurs de films (2002), avancent qu'en adoptant un règlement — l'article 83 de la Loi sur le cinéma — visant le doublage rapide des films américains commercialisés en salle, le gouvernement du Québec a gêné, sans le vouloir, le développement de son industrie cinématographique :

> Nous croyons que, quoique fort louable sur le plan de son objectif premier qui était d'offrir à la majorité francophone des films dans sa langue dès leur mise à l'affiche, la réglementation au Québec exigeant que des copies françaises des productions américaines soient disponibles en même temps que la version originale en anglais, aura eu l'effet pervers de réduire la diversité de l'offre en monopolisant plus d'écrans dans les mégas complexes de cinéma (souvent deux écrans en anglais et deux écrans en français) pour le même film américain.

Récapitulons : au Québec, promotion des industries culturelles nationales et promotion du français iront le plus souvent de pair, étant donné que les artistes québécois utilisent généralement cette langue. Cependant, comme l'exemple présenté dans le passage ci-dessus le démontre, la promotion du français aura parfois des effets négatifs sur l'essor des industries culturelles québécoises. De même, en appuyant les travailleurs du secteur culturel (ex. : en soutenant le tournage de films américains à Montréal), le Québec nuira parfois, du moins à court terme, au statut qu'y a le français.

Dans ce contexte, deux grandes questions se posent : les mesures québécoises et canadiennes en matière de culture protègent-elles adéquatement les intérêts linguistiques des consommateurs québécois? Et surtout, les protégeront-elles demain?

CHAPITRE 3
Y A-T-IL VRAIMENT UN PROBLÈME?

> Si je pouvais télécharger une paire de souliers sur Internet gratos, je le ferais (un adolescent québécois cité dans Cormier, 2003 : E2).

Nous avons vu que les consommateurs de produits et de services culturels préfèrent généralement être servis dans leur langue. Cependant, les besoins des consommateurs québécois sont-ils servis adéquatement dans le marché actuel? Et ces besoins seraient-ils servis adéquatement si certains des obstacles à l'utilisation d'autres langues étaient levés? Pour y voir plus clair, il vaut la peine de jeter un coup d'œil sur la situation dans le secteur du livre, celui du disque et celui du film.

LA SITUATION ACTUELLE

Difficile de contester que les francophones ont présentement accès à un important bassin d'ouvrages grand public en leur langue. En effet, le Québec, la France et les autres pays francophones produisent ensemble plusieurs dizaines de milliers de titres en français chaque année. Cette production inclut un fort pourcentage de *best-sellers* en langue étrangère, particulièrement de *best-sellers* américains. Par exemple, les ouvrages de Robert Ludlum, de Michael Connelly, d'Umberto Eco, de J.K. Rowling, de Paul Auster ou d'autres sont généralement adaptés par des éditeurs français fortement diffusés au Québec.

Cependant, les titres traduits en français n'apparaissent souvent sur le marché que plusieurs mois ou années après le lancement de l'original en langue étrangère. Par exemple, de nombreux mois se sont écoulés entre la victoire de Yann Martel au concours Booker et le lancement de la version française de *Life of Pi*. De même, les ouvrages en français sont souvent vendus plus cher que les versions originales, un problème qui peut amener les lecteurs bilingues à privilégier ces dernières.

Actuellement, il est aussi possible de dire que le Québécois désireux d'écouter des chansons d'expression française peut le faire sans difficulté.

Par ailleurs, les choses se passent assez bien sur le plan de la distribution et de la diffusion. Si les disques francophones sont faciles à trouver dans les magasins, ils tournent également sur les chaînes de radio conventionnelles, qui sont tenues, par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), de leur accorder un temps d'antenne minimal. Ces quotas sont nés il y a trente ans, alors que l'offre de titres en français ne répondait pas à la demande : certaines stations francophones présentaient moins de 50 % de pièces musicales en français :

> Souscrivant à l'idée que les stations de radio ont un rôle important à jouer afin de sauvegarder et d'enrichir l'expression culturelle de langue française, [le CRTC] adopte en 1973 une politique, laquelle exige que 75 % des pièces vocales de musique populaire diffusées entre 6 h et 18 h, du lundi au vendredi, et 65 % des pièces vocales pour l'ensemble de la programmation hebdomadaire soient en français (Houle, 1998 : 9).

Au fil des ans, le CRTC a apporté des modifications à son système de quotas radiophoniques sans toutefois l'éliminer. Ces changements avaient pour but de tenir compte du faible approvisionnement en musique vocale de langue française dans certains domaines, telle la musique rock. En effet :

> [i]l serait à peine exagéré de dire que nombre de représentants de l'industrie de la radio MF commerciale imputent aux exigences en matière de pourcentage de musique vocale française la responsabilité de bien des maux qui affligent la radio MF de langue française : transfert d'écoute, trop grande homogénéité des formules, désaffection des jeunes à l'endroit de la radio francophone, brûlement [*sic*] des artistes, etc.[13].
>
> Selon eux, la source principale du problème est l'approvisionnement insuffisant en disques de langue française, et tout particulièrement en disques de musique francophone internationale. Michel Arpin, président de l'ACRTF : « Le problème en est un d'approvisionnement global en musique francophone de toutes origines. Et ce n'est pas le volet québécois qui fait problème dans l'équation. La qualité des artistes ou de la production d'ici n'est pas en cause. Les artistes francophones québécois sont bons. Ils sont populaires [...]. Le problème vient de la faiblesse du répertoire francophone non québécois » (Houle, 1998 : 37).

Cela dit, actuellement, il est possible d'affirmer que l'offre de chansons en français au Québec répond aux attentes des francophones. En effet, le CRTC (2002) rapporte qu'au début des années deux mille, 67 % des stations de radio francophones obligées de se plier aux exigences du CRTC respectaient l'obligation de faire jouer 65 % de musique vocale française chaque semaine et 55 % de musique vocale française entre six heures et dix-huit heures la semaine. En 2004, l'organisme fédéral notait que les six entreprises radiophoniques désireuses de renouveler leur licence de diffusion respectaient la première obligation, tandis que cinq sur six respectaient la seconde (CRTC, 2005 : 24).

La situation du film de langue française au Québec est plus difficile à cerner, dans la mesure où le problème a plusieurs dimensions. Regardons tout d'abord ce qui se passe dans les salles de cinéma. Premièrement, il arrive que certains films en langue étrangère ne soient pas diffusés en français au Québec. Ainsi, en 2001, 232 longs métrages anglophones et 5 films allophones ont été présentés au Québec. Étant donné que 159 longs métrages non francophones ont été présentés en version doublée ou sous-titrée dans les salles québécoises, on peut conclure que

13 Par exemple, selon l'Association canadienne des radiodiffuseurs (1998), en mettant en place des règles rigides concernant la diffusion de musique en français, le CRTC a réduit la diversité musicale sur les ondes francophones et poussé les Québécois vers les stations québécoises, canadiennes et américaines de langue anglaise.

73 films américains ou autres, soit 32 %, n'ont pas été, en 2001, diffusés en version française (Institut de la statistique du Québec, 2002 : tableau 3.2).

Il faut toutefois relativiser ce pourcentage. En effet, dans la majorité des cas, les films étrangers non doublés et non sous-titrés visaient un auditoire limité, comme les membres d'une communauté culturelle ou les cinéphiles les plus *avertis*. Par exemple, en 2002, des productions comme *Aap mujhe achche lagne lage* ou *Personal Velocity: Three Portraits* ont seulement été projetées en hindi ou en anglais.

Les films à vocation commerciale sont le plus souvent traduits. À preuve, entre 2003 et 2005, 239 films exploités au Québec ont attiré plus de cent mille spectateurs en salle. De ce nombre, deux, au maximum[14], n'avaient pas été doublés ou sous-titrés en français.

Deuxièmement, il arrive que certains films étrangers soient seulement présentés en français dans les semaines ou les mois suivant leur parution en anglais. L'article 83 de la Loi sur le cinéma prévoit en effet que les producteurs peuvent faire circuler autant d'exemplaires d'un film en anglais qu'ils le souhaitent dans les salles de cinéma québécoises dans les quarante-cinq jours suivant son lancement. Après ce délai, lorsque la version française du film visé n'est pas présentée, tous les exemplaires en anglais doivent être retirés des salles, sauf un.

Certains producteurs se prévalent de cet article. Par exemple, quelques semaines se sont écoulées, en 2002, entre la parution de la version anglaise du film *Far From Heaven* et la sortie de sa version française (*Loin du paradis*). *Far From Heaven* était pourtant un film de qualité (il a été mis en candidature quatre fois lors de la cérémonie des Oscars de 2003). Il mettait aussi en vedette une actrice populaire : Julianne Moore.

Troisièmement, il arrive que certains films présentés en français le soient dans une salle éloignée du domicile du consommateur. Ainsi, certains longs métrages diffusés à Québec ne le sont pas à Val-d'Or ou à Rimouski. Dans la même veine, certaines productions accessibles dans l'est de Montréal ne le sont pas dans l'ouest de la ville ou au centre-ville.

Par exemple, en novembre 2006, la version française du long métrage américain *Borat* était diffusée en français dans trois salles du sud-est de Montréal, une salle du sud-ouest (celle de l'arrondissement de LaSalle), sur la rive nord (ex. : Laval et Terrebonne) et sur la Rive-Sud (ex. : Longueuil et Saint-Jean-sur-Richelieu), mais elle n'était pas offerte au centre-ville de la métropole, pas plus qu'elle ne l'était au nord de l'autoroute Métropolitaine, par exemple dans les arrondissements de Saint-Laurent ou de Saint-Léonard. La situation est un peu différente dans le cas de deux autres films populaires : *The Departed* et *Stranger Than Fiction* (voir le graphique 2).

Évidemment, même lorsqu'un film n'est pas offert en salle, il peut l'être en vidéo. Selon une enquête récente commandée par la ministre de la Culture et des Communications, Line Beauchamp, sur les 1 071 titres de films présentés dans les salles québécoises depuis 2002 puis commercialisés sous la forme de DVD, 89 % comportaient une bande sonore ou des sous-titres français. Ce pourcentage serait cependant moindre dans le cas des séries télévisées américaines commercialisées en DVD : sur 37 séries analysées à la demande du

14 Les données permettent de savoir qu'un film n'a pas été projeté avec une bande sonore en français, mais certains films, comme *Fahrenheit 9/11*, pouvaient avoir des sous-titres français.

gouvernement du Québec, seulement la moitié avaient une piste sonore française et 16 % disposaient de sous-titres en français (Presse canadienne, 2006)[15].

Selon les responsables du site *DVD en français*, cette situation tient à ce que le fait français n'est pas géré de la même manière par tous les grands studios américains. Certains offrent un produit bien adapté au marché francophone. D'autres, comme le montre le tableau 5, hésitent cependant à doubler ou à sous-titrer les reprises de vieux films ou les suppléments (ex. : les séquences manquées d'un film).

Dans un autre ordre d'idées, l'anglais prédomine souvent au Québec comme langue des boîtiers de DVD. Ainsi, 74 % des titres analysés lors d'une enquête menée dans un club Vidéotron de l'île de Montréal en 2003 étaient vendus avec un boîtier en anglais; 11 % avaient un boîtier totalement en français, et 15 % avaient un emballage bilingue anglais-français (tableau 6). Plus récemment, un citoyen de Québec se plaignait officiellement à l'Office québécois de la langue française d'avoir trouvé 979 films avec emballages unilingues anglais chez un détaillant de la région de Québec[16].

Ces chiffres surprennent, étant donné que 62 % des 686 titres avec boîtier anglais offerts au SuperClub Vidéotron de la ville de Mont-Royal[17] en 2003 possédaient minimalement une bande sonore en français et que l'article 2 du Règlement sur la langue du commerce et des affaires[18] prévoit qu'une :

> inscription sur un produit culturel ou éducatif tel un livre, une revue, une publication, un disque, un film ou une bande magnétique, ainsi qu'une inscription sur une carte de vœux, un agenda ou un calendrier non publicitaires peuvent être rédigées uniquement dans une autre langue que le français si leur contenu est dans une autre langue que le français.
>
> En effet, il existe à propos des produits culturels et éducatifs une exception en matière d'emballage et d'étiquetage, qui vise les livres, disques compacts ou DVD, cassettes audio ou vidéo, etc. Ces produits peuvent être présentés dans un emballage sans aucune inscription en français, s'ils comportent un contenu dans une autre langue que le français ou s'ils ne comportent aucun contenu linguistique.
>
> L'exception ne s'appliquerait pas à un tel produit s'il comportait un contenu linguistique en français, et l'étiquetage et l'emballage devraient alors se conformer à la règle générale (article 51 de la Charte de la langue française).

En résumé, le graphique 3 illustre assez bien la situation actuelle en matière de langue au cinéma. Il existe en gros trois grandes catégories de films : les films à fort potentiel commercial selon le producteur et le distributeur (ex. : *Star Wars III* ou *War of the Worlds*), les films au

---

15 Par ailleurs, les chiffres montrent qu'en 2005, 8 des 9,7 millions de cassettes vidéo ou de DVD de films ou d'émissions de télévision commercialisés au Québec — soit 83 % — étaient d'origine américaine. Sur l'ensemble de ces exemplaires, seulement 20 % étaient offerts en langue française (Québec, ministère de la Culture et des Communications, 2005 : tableau 7.6).

16 Voir http://www.dvdenfrancais.com/archives/_images/sgagne/linebeauchamp3octobre.pdf.

17 Ce nombre n'inclut pas les titres pour lesquels nous ne disposions pas de renseignements d'ordre linguistique.

18 Le règlement est présenté sur le site de l'Office québécois de la langue française à l'adresse www.olf.gouv.qc.ca/charte/reglements/reqcommaffaires1.html#culturel.

potentiel commercial plus ou moins incertain (ex. : *Frailty* ou *Adaptation*) et les films au potentiel commercial limité (ex. : *The Business of Strangers* ou *Dinner Rush*).

Les films du premier groupe sont généralement offerts en français, en salle ou en format DVD, parce que c'est de cette manière qu'il sera possible pour le producteur et le distributeur de maximiser leurs recettes sur le marché mondial. Généralement, ces longs métrages sont américains et coûtent une fortune à créer. Ces films ne représentent qu'une fraction de la production mondiale.

Les films du troisième groupe représentent la grande part de la production mondiale. Faute de véritables débouchés commerciaux et d'espoirs de profit, ces longs métrages sont rarement adaptés en d'autres langues que l'anglais. Toutefois, comme ils n'intéressent qu'une petite fraction du public cinéphile — on les retrouve habituellement dans les salles de répertoire ou celles fréquentées par les membres des communautés culturelles —, la situation n'est sans doute pas vraiment problématique.

Les ennuis surviennent véritablement avec les films du deuxième groupe, lesquels sont commercialisés ou non à l'étranger, en version doublée ou sous-titrée, selon le niveau de confiance du producteur et du distributeur. Ainsi, il peut arriver qu'un long métrage séduise le public à la surprise de ses responsables, lesquels n'avaient pas cru rentable de l'adapter pour l'étranger. Inversement, il arrive qu'un long métrage soit adapté en français ou dans une autre langue mais qu'il ne reçoive toutefois pas la faveur du public.

QU'EN EST-IL DE L'AVENIR?

Nous venons de voir que la situation linguistique dans différents segments du marché des produits et services culturels s'est améliorée au fil des ans et paraît relativement bonne aujourd'hui. Autrement dit, la demande pour des produits et des services en français paraît satisfaite. Cependant, que se passerait-il si les barrières et les aides parfois décriées par les adversaires de l'exception culturelle disparaissaient?

Certains prévoient le pire. Par exemple, plusieurs croient que la disparition des quotas entraînerait une diminution de la place du français sur les ondes de la radio francophone, particulièrement sur les chaînes s'adressant aux jeunes. Ainsi :

> dans une entrevue récente au journal *Le Soleil*, l'auteur Robert Léger racontait avoir visité toutes les radios étudiantes du Québec pour constater qu'aucune d'entre elles, absolument aucune, ne diffusait de chansons en français. Il rappelait que les stations commerciales en feraient sûrement autant, n'eût été des quotas imposés par le CRTC (Lanctôt, 2003 : A6).

Toujours dans le secteur musical, certains redoutent qu'à cause du rôle crucial des ondes sur le plan promotionnel, la baisse de visibilité des chansons francophones à la radio ait à son tour pour effet une diminution des ventes des artistes québécois, français et autres (Benhamou, 2002 : 111). En effet, selon une enquête de Edison Media Research (2002), rien n'influence encore davantage les acheteurs de disques américains que le fait d'avoir entendu une chanson à la radio. Ainsi, 77 % des personnes interrogées par la société-conseil se sont dites d'accord avec l'énoncé suivant : « Vous n'achèterez pas un nouveau disque compact *(CD)* à moins d'avoir entendu quelques extraits de celui-ci à la radio. » Lorsqu'on demande aux consommateurs comment ils ont d'abord entendu parler d'un disque, 37 % répondent « à la

radio » et 16 %, « par l'entremise d'un ami. » Au Québec, la situation est semblable. Ainsi, 41 % des Québécois parlant le français à la maison citent comme principale raison d'acheter un disque le fait de l'avoir entendu jouer à la radio (Québec, ministère de la Culture et des Communications, 2000 : 135).

Dans le secteur du cinéma, certains redoutent en outre qu'avec la disparition de l'article 83 de la Loi sur le cinéma, les producteurs se limitent à distribuer des copies de films en anglais, sans les faire doubler ou sous-titrer. On peut penser que le désir des producteurs américains de maximiser leurs revenus limiterait grandement ce risque pour les titres à fort potentiel commercial, mais ce danger pourrait être réel dans le cas des films à public plus restreint.

Dans le secteur du livre, les craintes concernent plutôt la disparition des subventions aux auteurs et aux éditeurs. Il est évident qu'à cause de la petitesse du marché québécois, ces intervenants, de même que les artisans de la musique et du cinéma, auraient souvent des problèmes à joindre les deux bouts sans aide gouvernementale.

Cela dit, les règles sur lesquelles reposent la survie et l'épanouissement du français dans le secteur culturel québécois sont-elles vraiment en danger? Leur disparition serait-elle si grave? On peut penser que non.

D'abord, les Américains sont conscients que leurs produits et services sont généralement plus accessibles lorsqu'ils sont adaptés dans la langue nationale des consommateurs. Ils ne s'attaqueront donc sans doute pas aux règles qui les incitent à adopter une démarche d'adaptation qu'ils gagnent de toute manière à appliquer. Ensuite, il faut comprendre que les pays et les organismes comme l'OMC doivent naviguer avec précaution, dans tout conflit commercial, pour ne pas perdre leur crédibilité et entacher leur légitimité. Par exemple, même si les Américains pourraient sans doute contester les règles européennes sur l'étiquetage des organismes génétiquement modifiés (OGM) avec succès, ils se rendraient impopulaires en le faisant et, ainsi, nuiraient à leurs intérêts commerciaux. Enfin, les technologies font en sorte que les questions de diversité linguistique ne se posent plus tout à fait de la même manière qu'autrefois.

LES TECHNOLOGIES CHANGENT LA DONNE

La majorité des barrières non tarifaires mises en place pour protéger les industries culturelles l'ont été avant l'apparition d'Internet et de nouvelles technologies comme le DVD, le graveur de disques compacts et la presse à imprimer numérique. Ces innovations pourraient considérablement changer la donne dans le domaine (tableau 7). Dans certains cas, elles pourraient en effet favoriser l'accès des produits culturels en langue française au marché. Dans d'autres cas, elles pourraient pallier la petitesse de la demande québécoise et celle, relative, de la demande francophone. Commençons par examiner la situation dans le secteur du cinéma.

Par le passé, les cinéphiles désireux de voir un film devaient souhaiter que celui-ci passe dans une salle près de chez eux ou attendre quelques années que celui-ci passe à la télévision. La venue du magnétoscope (sans parler de la multiplication des chaînes câblées et de l'apparition de la télévision à la carte) a toutefois changé les règles du jeu. Pour quelques dollars, chaque détenteur de magnétoscope était désormais en mesure de regarder un film à la maison, au moment désiré.

Bien sûr, il pouvait arriver qu'on ne trouve pas un film donné au club vidéo du consommateur dans la version linguistique recherchée par ce dernier. Cependant, l'apparition d'Internet est venue faciliter la commande de titres introuvables localement (aux États-Unis et au Canada anglais, il existe des clubs vidéo accessibles par le Web), tandis que la pénétration fulgurante de la technologie DVD[19] a partiellement résolu le problème de l'offre de longs métrages en français partout au Canada : désormais, un même enregistrement de film permet fréquemment de satisfaire les attentes des francophones et des anglophones.

Cependant, il y a plus. Il est maintenant de plus en plus facile de télécharger un film directement sur Internet, comme le prouve le fait que 18 % des adolescents québécois se sont déjà livrés à cette pratique (CEFRIO, 2004). En ce moment, la manœuvre est le plus souvent illégale (souvent, à l'aide de sites et d'outils comme BitTorrent, un jeune cinéphile télécharge la version piratée du film qu'il souhaite voir du poste d'un autre internaute), mais, à moyen terme, des modèles d'affaires seront certainement mis au point pour l'encadrer.

Il se passera peut-être encore quelques années avant que l'on puisse légalement regarder le nouveau James Bond au moment souhaité, sans se déplacer de son siège, mais la montée d'Internet et la « napsterisation » ou « youtubisation » de l'industrie cinématographique inquiètent déjà Hollywood à un point tel que les producteurs ont commencé à revoir certaines de leurs pratiques commerciales.

Ainsi, pour empêcher que ce qui est arrivé dans le monde de la musique ne provoque un cataclysme dans celui du cinéma et de la télévision (Anonyme, 2003), les producteurs ont commencé à doubler et à projeter leurs films plus vite qu'auparavant. Par le passé, plusieurs mois pouvaient séparer le lancement d'un film aux États-Unis et la commercialisation de ses versions française et chinoise à Paris et à Beijing. De plus en plus, les différentes versions linguistiques d'une production sont lancées simultanément, pour éviter que l'impatience des spectateurs ne les amène à consommer des versions piratées. Pour les cinéphiles québécois, cela pourrait signifier un accès amélioré et plus rapide aux versions françaises des films américains.

Dans un autre ordre d'idées, l'apparition de nouvelles technologies facilite aussi la vie des artisans de l'audiovisuel. Par exemple, soulignent Micklethwait et Wooldridge (2000), dans un pays donné, l'auditoire susceptible de s'intéresser à un documentaire sur la vie sexuelle des flamants roses est généralement trop petit pour en faire un succès commercial. « [M]ais, réunissez tous les [...] fanas de flamants roses du monde et vous avez un produit séduisant. En provoquant la baisse des coûts de distribution, Internet rendra ces niches encore plus attrayantes[20] ».

Autre exemple : aux États-Unis, la compagnie Netflix, un club vidéo qui expédie par la poste les titres loués en ligne par ses millions d'abonnés, appuie financièrement le passage sur DVD de longs métrages à potentiel commercial réduit (c'est-à-dire de productions indépendantes qui, faute de distribution en salle, n'auraient jamais eu de public). Il n'en coûte qu'un ou deux dollars

19 Selon une étude de Solutions Research Group Consultants, la pénétration des lecteurs DVD est passée de 0 à 48 % en cinq ans au Canada. Dans les foyers où l'on retrouve au moins un jeune âgé de 12 à 24 ans, ce taux est encore plus haut, 70 % (Okalow, 2003).

20 Traduction libre de : « but round up all the [...] flamingo fanatics around the world, and you have attractive commercial propositions. The cheap distribution offered by the Internet will probably make these niches even more attractive financially ».

à Netflix pour créer un exemplaire DVD d'un film. Netflix verse ensuite au producteur des redevances calculées sur le chiffre des locations. Évidemment, cette stratégie ne permet pas aux artisans de récupérer plus qu'une fraction des sommes investies dans une production. Cependant, le bouche à oreille généré de cette manière peut les aider à réunir les conditions nécessaires pour créer de nouvelles œuvres. Dans une veine similaire, en aidant les producteurs et les réalisateurs à atteindre l'ensemble des francophones de la planète à un coût raisonnable, l'inforoute, le satellite et d'autres technologies rendront plus séduisante la perspective de travailler en français.

Dans le secteur musical, les choses ont aussi changé avec le temps. Il y a trente ans, les quotas radio étaient sans doute plus importants qu'ils ne le sont aujourd'hui, étant donné que la radio était l'un des principaux modes d'accès aux chansons que l'on ne possédait pas à la maison. Cependant, la radio n'est plus, désormais, qu'un média parmi d'autres. Ainsi, selon *La pratique culturelle au Québec 2004*, 56 % des jeunes de 15 à 24 ans téléchargent « souvent » de la musique sur Internet (Québec, Ministère de la Culture et des Communications, 2004). Il y a des quotas à la radio conventionnelle, mais ceux-ci seront impossibles à mettre en place sur des sites comme iTunes ou d'autres.

Plus important cependant, il ne faut pas oublier que les technologies de l'information changent particulièrement la donne en permettant aux Québécois de se transformer, passant de simples consommateurs de produits et services culturels à véritables producteurs de contenus! Comme le note Réjean Roy (2004) dans une étude effectuée pour le ministère du Patrimoine canadien :

> Pendant des décennies, il a fallu des moyens importants pour transformer les idées des créateurs culturels en produits. Pour produire un film, il fallait généralement des moyens très considérables. Pour endisquer, il était nécessaire d'embaucher des musiciens et d'accéder aux studios d'enregistrement. Même dans le domaine de l'édition, écrire un roman ou un essai était à la portée de toute personne pourvue de papier et d'une plume (plus tard, d'une machine à écrire ou d'un logiciel de traitement de texte), mais le publier coûtait cher, à cause des coûts fixes d'impression.
>
> Les choses ont commencé à changer il y a quelques années, grâce aux technologies. Dans le secteur de l'édition, il est aujourd'hui possible de publier un texte directement sous format électronique (sur le Web par exemple) et de le distribuer à un coût minime. Toujours grâce aux technologies, il est également possible de rentabiliser des tirages papier beaucoup plus petits que par le passé.

Par exemple, dans le secteur de l'audiovisuel, où le procédé de tournage n'a pas changé pendant des décennies, n'importe qui, ou presque, peut maintenant devenir réalisateur. Comme le note la cinéaste anglophone Allison Anders, il fallait autrefois d'énormes salles de montage pour faire un film. Aujourd'hui, n'importe quelle personne dotée d'une caméra numérique, des bons logiciels et d'un ordinateur peut créer une œuvre audiovisuelle dans le coin de sa chambre et la diffuser sur YouTube ou ailleurs (Roy, 2004). Par conséquent, l'offre de produits et de services audiovisuels en français ou en d'autres langues n'est plus seulement le propre des acteurs des industries culturelles. Elle dépend aussi du dynamisme des populations francophones.

Dans ce contexte, les quotas et les autres dispositions réglementaires ne sont-ils plus qu'une sorte de ligne Maginot? Certains ne le croient pas. Par exemple, Ivan Bernier, juriste et père de l'instrument de l'UNESCO sur la diversité culturelle, note qu'on avance souvent l'idée que les nouvelles technologies rendront inapplicables et désuètes les exigences nationales en matière de contenus linguistiques et culturels :

> De là à plaider en faveur de l'élimination immédiate de ces exigences perçues comme des entraves aux échanges de biens ou de services, il n'y a qu'un pas qu'il ne faudrait toutefois pas franchir trop rapidement. Il est loin d'être acquis, en effet, que des politiques nationales répondant à des raisons impérieuses d'intérêt général doivent être abandonnées tout simplement parce que les États ne seraient plus en mesure d'en assurer la mise en œuvre. Au contraire, des décisions récentes en France et aux États-Unis ont démontré que des législations nationales traitant de questions importantes pouvaient très bien prévaloir sur le territoire national dans des cas pourtant décrits comme échappant au contrôle des instances nationales parce qu'ils impliquaient des entreprises sur Internet (Bernier, 2002).

Quoi qu'il en soit, on peut penser, à cause de la multiplication des supports de création et de diffusion, que des barrières ou des aides indispensables voilà à peine trois décennies ne le sont plus autant de nos jours. Et l'on ne parle pas ici du fait que justifier certaines de ces barrières ou de ces aides soit parfois difficile. En effet, la réponse à donner à la question « Qu'est-ce qu'un droit en matière linguistique et culturelle? » n'est pas toujours évidente.

UNE LIGNE DIFFICILE À TRACER

Avant de définir quelles barrières ou aides les nations devraient soutenir, à l'avenir, pour assurer l'essor de la diversité linguistique dans le secteur des industries culturelles, il est nécessaire de répondre à la question suivante : « Quels droits les personnes ont-elles en matière de consommation de produits et de services culturels? » Cette question est plus épineuse qu'il n'y paraît peut-être à première vue.

Prenons en effet l'exemple du cinéphile québécois. Quels sont ses droits? A-t-il le droit *inaliénable* :

- de voir n'importe quel film, qu'il s'agisse de *Borat* ou de *Volver*, dans sa langue?
- de voir ce film doublé par des artisans du Québec plutôt que des artisans de France et doublé plutôt que sous-titré?
- de voir ce film dans un cinéma de son quartier ou de sa ville plutôt que dans une salle située à une certaine distance de chez lui?
- de voir ce film à un moment *m* (par exemple, dès la sortie de sa version anglaise ou dans les semaines suivant cette dernière)?
- d'acheter un produit en français (ex. : DVD) dans un emballage en cette même langue?

Évidemment, tous ne répondront pas de la même manière à ces questions. Par exemple, le législateur croit actuellement que les Québécois devraient avoir droit à des emballages en français dans le cas des DVD doublés… mais les consommateurs ne sont pas tous convaincus de la chose. Ainsi, selon un sondage non scientifique mené par *DVD en français* (2003), 71 %

des Québécois croient que le règlement relatif à la langue des boîtiers des DVD bilingues ou multilingues ne devrait *pas* s'appliquer dans le cas de titres audiovisuels « de moindre importance ».

Une fois que l'on a déterminé si un droit est important ou non, le travail n'est pas terminé. Il faut encore faire des choix difficiles. Par exemple, lequel de ces deux droits est le plus important si l'on décide que chacun doit être maintenu : le droit du consommateur d'accéder à des DVD en français ou son droit à des emballages francophones dans le cas des titres doublés ou sous-titrés en sa langue? La question n'est pas seulement théorique. Ainsi, il y a quelques années, Mathieu Daoust (2001), rédacteur en chef du magazine Web *DVD en français*, écrivait : « certains studios [américains] n'offrent plus de doublage français avec leurs éditions catalogues depuis qu'un règlement force la production d'un boîtier français ou bilingue lorsqu'une bande-son française est incluse [dans le DVD] ».

Lorsqu'il faut trancher, de nombreux consommateurs pensent que le droit à des bandes en français est plus important. Selon eux, il conviendrait par exemple de faire une exception dans le cas des vieux films :

> Pour tous les titres catalogues, on devrait permettre l'abolition [*sic*] d'inclure obligatoirement une pochette française lorsque [le producteur] se donne la peine de mettre une bande-son française. Pour les gros titres dans les nouveautés, je trouve les boîtiers bilingues adéquats. C'est une question de respect, au même titre [que] pour les boîtiers VHS. Mais de grâce, que la Régie laisse aller les titres catalogues, car on risque de perdre les bandes françaises sur ceux-ci. [Témoignage recueilli par *DVD en français*.]

> Le boîtier en français m'importe peu. Il pourrait n'y avoir que la mention « doublé en français ». L'IMPORTANT EST D'AVOIR UNE PISTE EN FRANÇAIS! [Témoignage recueilli par *DVD en français*, 2003.]

Une fois que l'on a examiné la situation dans le secteur du cinéma, il faut répéter l'exercice dans les autres secteurs, comme celui du livre ou de la musique. Malheureusement, les réponses fournies à un endroit ne sont pas toujours bonnes dans l'autre. Par exemple, note W.T. Stanbury (1998) dans le *Fraser Forum*, revue de l'Institut Fraser :

> [p]uisque notre « identité nationale » et notre « souveraineté culturelle » — des termes clés dans la Loi sur les télécommunications — sont aussi façonnées par d'autres médias comme les journaux, les magazines, les livres [...], pourquoi le gouvernement fédéral n'y impose-t-il pas des règles sur le contenu canadien? [...] [P]ourquoi ne pas exiger qu'au moins la moitié des livres des librairies canadiennes soient écrits par des auteurs canadiens ou publiés par des éditeurs canadiens sous contrôle canadien[21]?

21 Traduction libre de : « Since our "national identity" and "cultural sovereignty" — key terms in the *Broadcasting Act* — are also shaped by other media such as newspapers, magazines, books [...], why doesn't the federal government impose Canadian content requirements on these media? [...] [W]hy not require that at least one-half the stock in all book stores in Canada be by Canadian authors and/or published by firms owned and controlled by Canadians? »

Intuitivement, il semble toutefois moins raisonnable de demander qu'un pourcentage quelconque des livres commercialisés au Canada ou au Québec soient de nationalité canadienne ou soient accessibles en français que de réclamer la même chose au sujet des chansons diffusées sur la bande MF ou des films projetés en salle.

CONCLUSION

Comme nous l'avons vu dans ce document, il n'y a pas nécessairement convergence entre les intérêts culturels d'une nation et ses intérêts linguistiques. Par exemple, l'importation d'émissions américaines doublées en français est peut-être *problématique* sur le plan culturel, mais elle ne l'est pas sur le plan linguistique.

En outre, si l'existence d'organismes ou de traités comme l'OMC ou l'ALENA sera possiblement un obstacle à la survie de certaines politiques culturelles nationales, elle ne remettra pas nécessairement en cause l'existence des lois linguistiques qui gouvernent le fonctionnement des industries culturelles. Les responsables américains et ceux de bien d'autres pays sont en effet conscients que, pour être consommés sur les marchés internationaux, productions audiovisuelles, livres, magazines et autres produits culturels doivent généralement être traduits.

Nous avons aussi vu dans ce texte que l'élimination des politiques linguistiques nationales relatives à la création et à la diffusion des produits et des services culturels n'aurait sans doute pas tous les effets négatifs appréhendés. En effet, l'efficacité de certaines politiques a déjà commencé à décroître en raison de l'apparition de technologies nouvelles et de la migration des consommateurs vers d'autres médias (ex. : Internet plutôt que la radio conventionnelle). Il y a peu de doute que cette tendance se poursuivra dans les années à venir.

Finalement, nous avons vu qu'il n'est pas facile de définir avec précision quels sont les droits linguistiques des consommateurs de produits culturels. Par exemple, les Québécois doivent avoir accès à des films en français, certes, mais ce droit s'applique-t-il à tous les films? partout? quel que soit le support?

Qu'est-ce que cela signifie pour le gouvernement du Québec? Dans le contexte décrit dans ce document, comment celui-ci pourra-t-il le mieux favoriser la diversité linguistique dans le secteur des industries culturelles? Pour répondre à cette question, il vaut la peine, encore une fois, de rappeler les paroles que Guy Bertrand, de l'Université du Québec, prononçait il y a quelques années devant la Commission des États généraux sur la situation et l'avenir de la langue française :

> [N]ous manquons d'innovations qui promeuvent les contenus en français dans les domaines du travail et de la vie personnelle. Il nous faut plus d'effervescence. La concurrence est forte. Le gouvernement américain investit massivement (subventions, contrats, concertation, etc.) en vue d'encourager l'effervescence et de conserver son avance. En particulier, il s'est doté, depuis 1958, d'un instrument très efficace, l'ARPA, qui soutient fortement le développement technologique aux États-Unis, outil dont le but premier est d'inventer les armes de demain. L'effervescence dans le domaine des technologies militaires a une incidence sur le développement technologique et économique dans son

> ensemble. L'ARPA a fortement soutenu le développement initial d'Internet aux États-Unis, ce qui a largement contribué à assurer la position dominante des entreprises américaines en matière de nouvelles technologies de l'information et des communications.
>
> Bien sûr, le rôle du Québec n'est pas de développer les armes de demain. Mais ce que l'ARPA fait pour l'armement aux États-Unis, un « organisme pour le développement du traitement avancé des contenus et services en français » ne pourrait-il pas, toutes proportions gardées, le faire au Québec pour l'épanouissement de la diversité culturelle et linguistique? Le dynamisme de notre culture et de notre langue n'est-il pas aussi important pour nous que l'est la puissance militaire pour les Américains? De plus, comme eux, nous en tirerions des profits commerciaux et économiques. Nous les Québécois sommes, dans le monde, parmi ceux qui ont le plus besoin de l'épanouissement de la diversité culturelle et linguistique et parmi ceux qui sont les mieux placés pour y contribuer. Je crois que nous devrions nous en reconnaître une responsabilité particulière, peut-être même une mission (cité dans Roy, 2005).

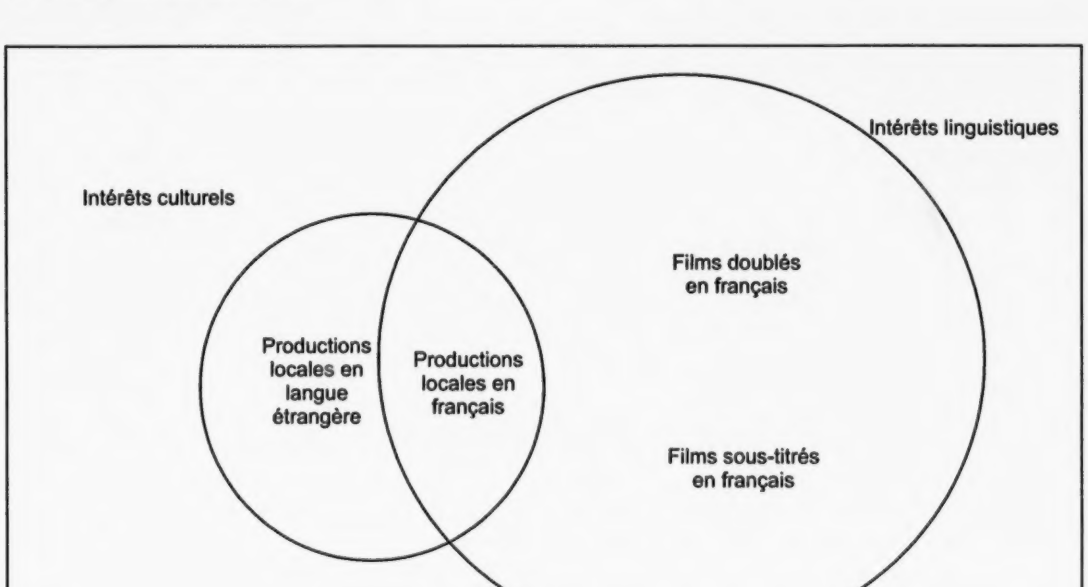
Comme l'indique Guy Bertrand, dans un univers aux frontières de plus en plus extensibles, un univers où la présence d'un contenu anglophone signifie de moins en moins l'absence d'un produit francophone, l'heure n'est plus à la défensive, à l'érection de barrières, mais bien à l'offensive, à la prise de mesures favorisant l'occupation de l'espace disponible.

Le Québec et ses partenaires francophones sauront-ils opérer le changement de mentalité souhaitable? Sauront-ils soutenir la production des contenus culturels — de haute et de moins haute qualité — en français et l'adaptation en français des produits et services étrangers que leurs habitants souhaitent consommer? Comprendront-ils qu'à l'ère d'Internet, avec ou sans instrument de l'UNESCO, la culture n'est plus un jeu à somme nulle? Prendront-ils conscience que l'univers culturel s'est démocratisé et permet maintenant à chacun d'agir comme producteur de langue?

Il faut le souhaiter, car, en ce début de millénaire, la diversité linguistique, comme le veut l'adage, ne sourira sans doute qu'aux audacieux.

GRAPHIQUE 1

LANGUE ET CULTURE : DES INTÉRÊTS PARFOIS DIVERGENTS (L'EXEMPLE DU CINÉMA)

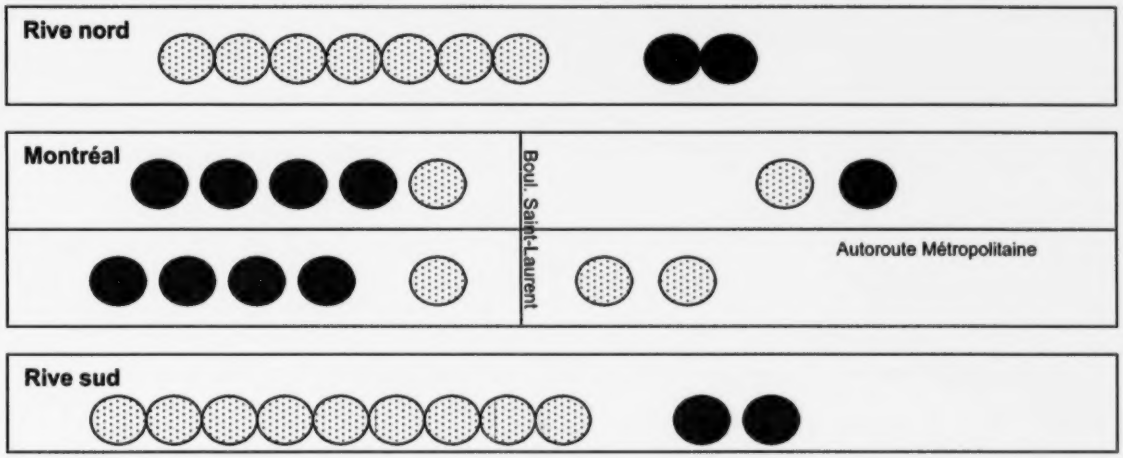


Les intérêts culturels et linguistiques du Québec *coïncident* lorsque des artisans québécois travaillent à la création d'œuvres audiovisuelles en français. Dans les autres cas, ils sont susceptibles de *diverger* (susceptibles seulement, parce que, par exemple, une production locale en anglais pourra servir à *subventionner* des productions futures en français).

GRAPHIQUE 2

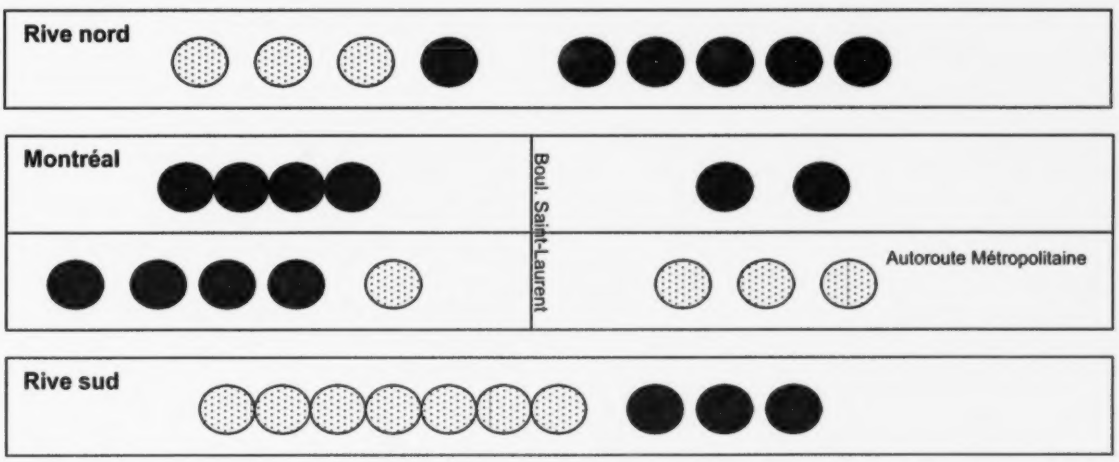
RÉPARTITION DES SALLES PROJETANT TROIS FILMS DIFFÉRENTS DANS LA RÉGION MONTRÉALAISE (SEMAINE DU 12-11-2006)

STRANGER THAN FICTION



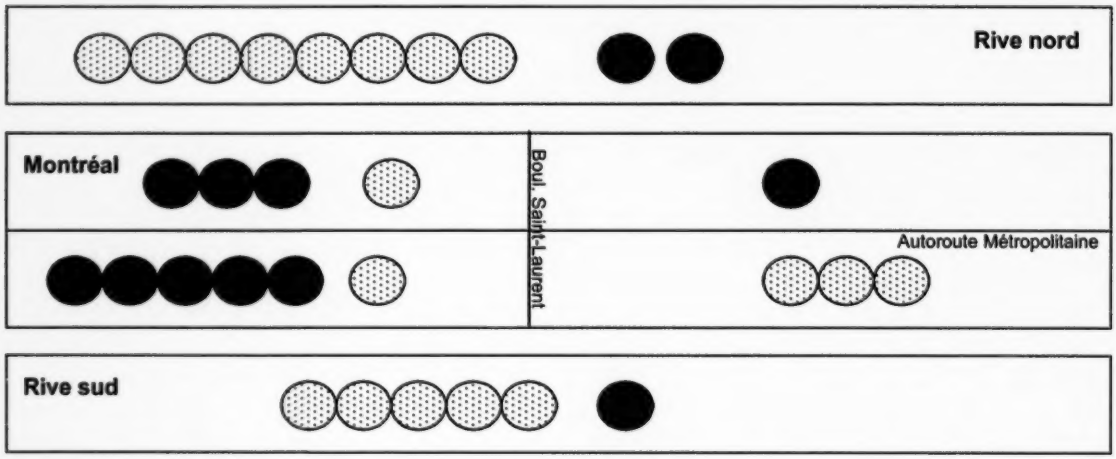
Rond blanc = film projeté en version française dans un cinéma de cette région ou de ce secteur.

BORAT



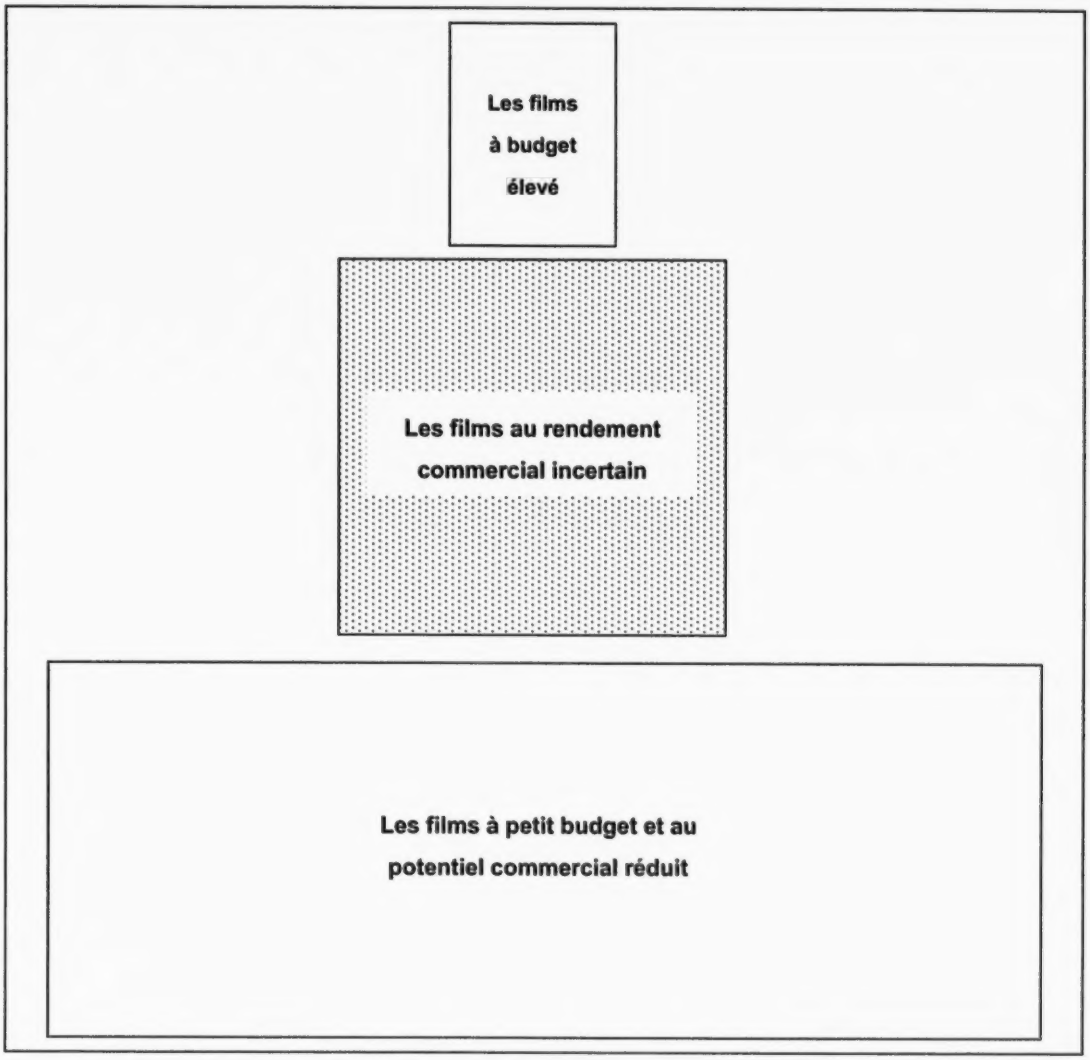
Rond blanc = film projeté en version française dans un cinéma de cette région ou de ce secteur.

THE DEPARTED



Rond blanc = film projeté en version française dans un cinéma de cette région ou de ce secteur.

GRAPHIQUE 3
LES TROIS GRANDES CATÉGORIES DE FILMS



Sur le plan linguistique, le problème se situe principalement au point de vue des films du deuxième groupe. La taille de la boîte est grossièrement représentative du nombre de films appartenant à la catégorie.

TABLEAU 1

CHAQUE PEUPLE LIT GÉNÉRALEMENT DANS SA LANGUE (2003)

	PAYS-BAS	FRANCE	ALLEMAGNE	ESPAGNE
1	*Blinde ambitie*, Eduard J. Bornhoff	*Mes secrets*, Lorie	*Warum Männer lügen und Frauen dauernd Schuhe kaufen*, Allan et Barbara Pease	*Vivir para contarla*, Gabriel Garcia Marquez
2	*Het swijgen van Maria Zachea*, Judith Koelemeijer	*Je voulais juste rentrer chez moi*, Patrick Dils	*Nichts als die Wahrheit*, Dieter Bohlen	*ETA : El saqueo de Euskadi*, José Diaz Herrera - Isabel Durán
3	*De geboorte van een gezin*, Daphne Deckers	*J'vous ai apporté mes radios*, Guy Carlier	*Stupid White Men, Eine Abrechnung mit dem Amerika unter George W. Bush*, Michael Moore	*Con buena letra*, Joaquin Sabina
4	*Jamie*, Jamie Oliver	*Le parler des métiers*, Pierre Perret	*Östlich der Sonne*, Klaus Bednorz	*Amanecer en el desierto*, Waris Dirie
5	*De larf*, Midas Dekkers	*Pourquoi les hommes n'écoutent jamais rien...*, Allan et Barbara Pease	*Der Brand*, Jorg Friedrich	*Los caminos perdidos de Africa*, Javier Reverte
6	*Happy days met the naked chef*, Jamie Oliver	*Brèves de comptoir*, Jean-Marie Gourio	*Der Herr der Ringe : Die zwei Türme*, Jude Fisher	*Vida de una geisha*, Mineko Iwasaki
7	*The naked chef is terug*, Jamie Oliver	*Bien manger pour être au top*, Jaques Fricker	*Kampf dem Terror — Kampf dem Islam?*, Peter Scholl-Latour	*Momentos esterales de la humanidad*, Stefan Zweig
8	*The naked chef*, Jamie Oliver	*La Bible : Le code secret*, Michael Drasnin	*Zonenkinder*, Jana Hensel	*La tribu atribulada*, Jon Juaristi
9	*Anna*, Annejet van der Zijl	*Qui étaient nos ancêtres?*, Jean-Louis Beaucarnot	*Duden : Die Deutsche Rechtschreibung*	*El rompecabezas de la sexualidad*, José Antonio Marina
10	*Hoe word ik een rat?*, Joep P.M. Schrijvers	*Catherine II de Russie*, Hélène Carrère d'Encausse	*Die Glücksformel*, Stefan Klein	*Libro del desasosiego*, Fernando Pessoa

Source : *The Economist*, 16 janvier 2003 (www.economist.com/displaystory.cfm?story_id=1534678).

TABLEAU 2

CHAQUE PEUPLE LIT GÉNÉRALEMENT DANS SA LANGUE (2006)

	PAYS-BAS	FRANCE	ALLEMAGNE	ESPAGNE
1	*Komt een vrouw bij de dokter*, Goedkope editie, Kluun	*Les aventures de Lucky Luke : La corde au cou*, Achde - Gerra	*Die Habenichtse*, Katharina Hacker	*X-men 3 : La decisión final*, Brett Ratner
2	*Kook met Jamie*, Jamie Oliver	*Les Bienveillantes*, Jonathan Littell	*Die Vermessung der Welt*, Daniel Kehlmann	*Todo bajo el cielo*, Matilde Asensi
3	*De weduwnaar*, Kluun	*Le Scorpion : Au nom du père*, Marini - Desberg	*Der Gefangene*, John Grisham	*La catedral del Mar*, Ildefonso Falcones
4	*Help, ik heb mijn vrouw zwanger gemaakt!*, Kluun	*Titeuf : Mes meilleurs copains*, Zep	*Eifel-Kreuz*, Jacques Berndorf	*U2 por U2*, Varios Autores
5	*De vliegeraar*, Khaled Hosseini	*Lignes de faille*, Nancy Huston	*Das Echo der Schuld*, Charlotte Link	*Laura y Julio*, Juan José Millás
6	*De gevangene*, John Grisham	*Une brève histoire de l'avenir*, Jacques Attali	*Kurze Geschichte des Traktors auf Ukrainisch*, Marina Lewycka	*De la noche a la mañana*, Federico Jiménez Losantos
7	*Bereik je ideale gewicht!*, Sonja Bakker	*De chair et d'âme*, Boris Cyrulnik	*Seegrund*, Volker Klüpfel - Michael Kobr	*La bruja de Portobello*, Paulo Coelho
8	*De oorlog in de Amsterdamse onderwereld*, Bart Middelburg - Paul Vugts	*Le papillon des étoiles*, Bernard Werber	*Love*, Stephen King	*Estambul. Memorias y la ciudad*, Orhan Pamuk
9	*Oelikoelie en andere goden*, Youp van 't Hek	*Le Petit Nicolas*, tome 2 : *Histoires inédites du Petit Nicolas*, Goscinny - Sempé	*Hector und die Entdeckung der Zeit*, Francois Lelord	*El diablo viste de Prada*, Lauren Weisberger
10	*Pedagoochelen*, Daphne Deckers	*La cuillère d'argent*, collectif	*Resturlaub*, Tommy Jaud	*La fortuna de Matilda Turpin (Premio Planeta 2006)*, Álvaro Pombo

Source : Liste des meilleurs vendeurs de Bol (Pays-Bas); liste des meilleurs vendeurs de la FNAC (France); liste des meilleurs vendeurs en littérature de *Der Spiegel*; liste des meilleurs vendeurs de la FNAC (Espagne). Données recueillies le 12 novembre 2006.

TABLEAU 3

LES HABITUDES CULTURELLES DES QUÉBÉCOIS QUI PARLENT FRANÇAIS À LA MAISON (1999 ET 2004)

	USAGE DU FRANÇAIS		USAGE DE L'ANGLAIS	
	1999	2004	1999	2004
TÉLÉVISION	Ils regardent la télévision en français 2,3 heures par jour	65 % la regardent surtout en français	Ils regardent la télévision en anglais 0,5 heure par jour	6 % la regardent surtout en anglais
RADIO	Ils écoutent la radio en français 2,5 heures par jour	81 % l'écoutent surtout en français	Ils écoutent la radio en anglais 0,3 heure par jour	5 % l'écoutent surtout en anglais
FILMS DE LOCATION		73 % louent leurs films surtout en français		11 % louent leurs films surtout en anglais
JOURNAUX	99 % lisent les journaux en français	99 % lisent les journaux en français	6 % lisent les journaux en anglais	5 % lisent les journaux en anglais
HEBDOMADAIRES	99 % lisent les hebdomadaires régionaux en français	99 % lisent les hebdomadaires régionaux en français	3 % lisent les hebdomadaires régionaux en anglais	3 % lisent les hebdomadaires régionaux en anglais
REVUES	94 % lisent les revues et les magazines en français	95 % lisent les revues et les magazines en français	22 % lisent les revues et les magazines en anglais	17 % lisent les revues et les magazines en anglais
LIVRES	96 % lisent des livres en français	96 % lisent des livres en français	16 % lisent des livres en anglais	15 % lisent des livres en anglais
CHANSONS	78 % écoutent des chansons en français	84 % écoutent des chansons en français	73 % écoutent des chansons en anglais	74 % écoutent des chansons en anglais

Source : Québec, ministère de la Culture et des Communications (2000 et 2005).

TABLEAU 4

LANGUE ET CULTURE : DES INTÉRÊTS PARFOIS DIVERGENTS

	SOUHAITABLE D'UN POINT DE VUE CULTUREL	SOUHAITABLE D'UN POINT DE VUE LINGUISTIQUE
OEUVRE AUDIOVISUELLE	Film québécois tourné en français ou en langue étrangère	Film tourné, doublé ou sous-titré en français, peu importe sa nationalité
	Film étranger tourné à Montréal ou ailleurs au Québec, sans égard à la langue	Film étranger tourné ou doublé en français, peu importe son lieu de tournage
	Film étranger doublé en français au Québec	Film étranger doublé en français, peu importe le lieu de doublage
LIVRE	Ouvrage écrit par un auteur québécois	Ouvrage écrit ou traduit en français
	Ouvrage édité par un éditeur québécois	Ouvrage écrit ou traduit en français
	Ouvrage vendu par un libraire québécois	Ouvrage vendu par un libraire capable de servir le client en français
DISQUE	Disque d'un artiste québécois	Disque d'un artiste francophone
	Disque produit par une maison de disques québécoise	Disque d'un artiste francophone
	Disque vendu par un disquaire québécois	Ouvrage vendu par un disquaire capable de servir le client en français

TABLEAU 5

LES PRATIQUES DES STUDIOS EN MATIÈRE D'ÉDITION DE DVD EN FRANÇAIS

	DOUBLAGE EN FRANÇAIS	SOUS-TITRES EN FRANÇAIS	SUPPLÉMENTS SOUS-TITRÉS EN FRANÇAIS	FEUILLET EN FRANÇAIS
ANCHOR BAY	-	Non	Jamais	-
ARTISAN	Rarement	Non	Jamais	-
BUENA VISTA	Parfois	Non	Non	Non
COLUMBIA TRISTAR	Parfois	Oui	Jamais	Non
CRITERION	-	Non	Jamais	-
DREAMWORKS	-	Oui	Toujours	Non
MGM	Parfois	Oui	Jamais	Oui
MIRAMAX	Souvent	Non	Jamais	Oui, dans l'édition canadienne
NEW LINE	Parfois	Non	Jamais	Oui dans l'édition canadienne
PARAMOUNT	Souvent	Non	Toujours	Non
WARNER	Souvent	Oui	Rarement	Oui
TWENTIETH CENTURY FOX	Souvent	Non	Jamais	Non
UNIVERSAL	Parfois	Oui, s'il n'y a pas de doublage français	Rarement	Non
WELLSPRING MEDIA	-	Non	Jamais	-

Source : *DVD en français.*

TABLEAU 6

LA LANGUE DES DVD AU QUÉBEC

BANDES SONORES DES FILMS	FILMS AVEC BANDES EN CES LANGUES (%)		FILMS AVEC SOUS-TITRES EN FRANÇAIS	FILMS AVEC BANDE OU SOUS-TITRES EN FRANÇAIS
ANGLAIS (A)	244	(26,3 %)	69	69
FRANÇAIS (F)	66	(7,1 %)	s. o.	66
ESPAGNOL (E)	7	(0,8 %)	6	6
A ET F	504	(54,3 %)	s. o.	504
A ET E	6	(0,7 %)	2	2
F ET E	1	(0,1 %)	s. o.	1
F, A ET E	101	(10,9 %)	s. o.	101
	929	(100 %)		749 (80,6 %)

Source : étude menée par l'auteur dans un SuperClub Vidéotron, en 2003.

TABLEAU 7

LES EFFETS LINGUISTIQUES DES TECHNOLOGIES

	TECHNOLOGIES	EFFETS
AUDIOVISUEL	Technologies de cinéma maison (magnétoscope, DVD, micro-ordinateur, etc.)	Réduction de la dépendance des cinéphiles envers les salles de cinéma
	Nouvelles technologies de sous ou de surtitrage	Réduction des coûts de sous ou de surtitrage d'une œuvre en langue étrangère
	DVD	Hausse de la liberté de choix du consommateur, qui peut choisir entre les différentes versions linguistiques d'un même exemplaire de film ou d'émission
	Internet	Hausse de la liberté de choix du consommateur, qui peut plus aisément accéder au film désiré
	Internet et graveurs de disques	Accroissement de la capacité des auditoires à pirater les œuvres
LIVRE	Technologies de production numérique	Réduction des coûts de production d'un ouvrage en langue française
	Internet	Hausse de la liberté de choix du consommateur, qui peut plus aisément accéder au livre désiré
DISQUE	Internet	Hausse de la liberté de choix du consommateur, qui peut plus aisément accéder aux musiques désirées
	Technologies d'enregistrement	Hausse de la liberté de choix du consommateur, qui peut plus aisément accéder aux musiques désirées

BIBLIOGRAPHIE

AAS, Nils Klevjer (2001). *Challenges in European Cinema and Film Policy*, octobre-novembre. Consulté le 30 septembre 2004 à l'adresse www.obs.coe.int/online_publication/reports/aas.html.

ACHESON, Keith, et Christopher MAULE (1999). *Much Ado about Culture*, Chicago, The University of Michigan Press.

Anonyme (2003). « Mutating », *The Economist*, 24 avril. Consulté le 30 septembre 2004 à l'adresse www.economist.com/displaystory.cfm?story_id=1736804.

ASSOCIATION CANADIENNE DES DISTRIBUTEURS ET DES EXPORTATEURS DE FILMS (2002). *Exposé de l'ACDEF*, lors de la consultation publique sur la proposition d'une nouvelle politique québécoise du cinéma et de la production audiovisuelle, 18 septembre. Consulté le 30 septembre 2004 à l'adresse www.mcc.gouv.qc.ca/minister/polsect/cinema/memoires/acdef.pdf.

ASSOCIATION CANADIENNE DES RADIODIFFUSEURS (1998). *CRTC's arbitrary decision to hike Canadian content hurts listeners and broadcasters alike*. Consulté le 30 septembre 2004 à l'adresse www.cab-acr.ca/english/media/news/98/nr_april3098.shtmé.

BENHAMOU, Françoise (2002). *L'économie du star-system*, Paris, Odile Jacob.

BERGERAT, Hermine, et Sophie MEYNIER (2003). *L'usage du français sur les étiquettes sera-t-il banni?* Consulté le 30 septembre 2004 à l'adresse http://iep-strasbourg.fr/assoc/dessppes/activiteassoc/dossier/Francais_etiquettes.pdf.

BERNIER, Ivan (2002). *La préservation de la diversité linguistique à l'heure de la mondialisation*, Québec, ministère de la Culture et des Communications du Québec. Consulté le 30 septembre 2004 à l'adresse www.mcc.gouv.qc.ca/international/diversite-culturelle/pdf/diversite-linguistique.pdf.

BERNIER, Ivan, et Hélène RUIZ FABRI (2002). *Évaluation de la faisabilité juridique d'un instrument international sur la diversité culturelle. Rapport produit pour le Groupe de travail franco-québécois sur la diversité culturelle*, Québec, Groupe de travail franco-québécois sur la diversité culturelle. Consulté le 30 septembre 2004 à l'adresse www.mcc.gouv.qc.ca/international/diversite-culturelle/pdf/106145_faisabilite.pdf.

CANNES MARKET (2006). *Focus 2006*, [s. l.], Observatoire européen de l'audiovisuel. Consulté le 10 novembre 2006 à l'adresse http://www.obs.coe.int/online_publication/reports/focus2006.pdf.

CANNES MARKET (2002). *Focus 2002*, [s. l.], Observatoire européen de l'audiovisuel. Consulté le 30 septembre 2004 à l'adresse www.obs.coe.int/online_publication/reports/focus2002.pdf.

CEFRIO (2004). *NetAdos 2004*. Consulté le 30 septembre 2004 à l'adresse www.cefrio.qc.ca/rapports/NetAdos_2004_depliant.pdf.

CORMIER, Sylvain (2003). « Le disque sous observation », *Le Devoir*, 5-6 avril, p. E1-E2. Consulté le 30 septembre 2004 à l'adresse www.srgnet.com/news/_Le-disque.html.

CRTC (2005). *Rapport de surveillance de la politique sur la radiodiffusion*, Ottawa, CRTC. Consulté le 30 octobre 2006 à l'adresse http://www.crtc.gc.ca/frn/publications/reports/PolicyMonitoring/2005/bpmr2005.pdf.

CRTC (2002). *Rapport de surveillance de la politique sur la radiodiffusion*, Ottawa, CRTC. Consulté le 30 septembre 2004 à l'adresse www.crtc.gc.ca/fm/publications/reports/PolicyMonitoring/2002/bpmr2002.htm.

CRYSTAL, David (2003). *English as a global language*, Cambridge (Grande-Bretagne), Cambridge University Press.

DAOUST, Mathieu (2005). « Sondage, mai/juin 2005 », *DVD en français*, mars-avril, consulté le 20 novembre 2006 à l'adresse www.dvdenfrancais.com/archives/index_sondage_template.php?key=354.

DAOUST, Mathieu (2001). « Les bandes sonores françaises : où en sommes-nous? », *DVD en français*, mars-avril, consulté le 30 septembre 2004 à l'adresse www.dvdenfrancais.com/archives/index_editorial_template.php?key=18.

DE LA GARDE, Roger (1996). « There Goes the Neighborhood: Montreal's Television Market and Free Trade », dans Emile MCANANY et Kenton WILKINSON (dir.). *Mass Media and Free Trade. NAFTA and the Cultural Industries*, Austin, University of Texas Press, p. 242-279.

DE SWAAN, Abram (1998). « A political sociology of the World Language System (1): The Dynamics of Language Spread », *Language Problems and Language Planning*, vol. 22, n° 1, printemps, p. 63-75.

DIMATTEO, Larry, et autres (2003). « The Doha Declaration and Beyond: Giving a Voice to Non-Trade Concerns Within the WTO Trade Regime », *Vanderbilt Journal of Transnational Law*, vol. 36, n° 1, p. 95-160.

DVD EN FRANÇAIS (2003). *Sondage*, [s. l.]. Consulté le 30 septembre 2004 à l'adresse www.dvdenfrancais.com/archives/index_sondage_template.php?key=46.

EDISON MEDIA RESEARCH (2002). *3.25.02, The National Record Buyers Survey*. Consulté le 30 septembre 2004 à l'adresse www.freeradiotips.com/fa/archive/3.25.02.html.

FREDLAND, John Stephen (2000). « Unlabel their Frankenstein foods! Evaluating a U.S. challenge to the European Commission's labeling requirements for food products containing genetically-modified organisms », *Vanderbilt Journal of Transnational Law*, vol. 33, n° 1, p. 184-222. Consulté le 30 septembre 2004 à l'adresse http://law.vanderbilt.edu/journal/33-01/33-1-5.html.

FRÉCHETTE, Christine (2004). *La portée linguistique de l'avant-projet de convention de l'UNESCO*, Québec, Conseil supérieur de la langue française.

GOURNAY, Bernard (2002). *Exception culturelle et mondialisation*, Paris, Presses de Sciences Po.

GRENIER, Line (1996). « Cultural Exemptionalism Revisited: The Francophonization of Québécois Popular Music », dans Emile MCANANY and Kenton WILKINSON (dir.). *Mass Media and Free Trade. NAFTA and the Cultural Industries*, Austin, University of Texas Press, p. 306-328.

HOULE, Michel (1998). *Le rôle de la radio comme instrument de promotion, de diffusion et de commercialisation de la chanson québécoise*, Québec, SODEC, Groupe de travail sur la chanson.

INSTITUT DE LA STATISTIQUE DU QUÉBEC (2006). *Statistiques sur l'industrie du film et de la production télévisuelle indépendante, édition 2006 : Annexe statistique*, Québec, L'Institut. Consulté le 10 novembre 2006 à l'adresse www.stat.gouv.qc.ca/observatoire/publicat_obs/pdf/annexe_film2006c6.pdf.

INSTITUT DE LA STATISTIQUE DU QUÉBEC (2002). *Statistiques sur l'industrie du film, édition 2002*, Québec, L'Institut. Consulté le 30 septembre 2004 à l'adresse www.stat.gouv.qc.ca/observatoire.

LANCTÔT, François (2003). « Lettres : Star Académie fait la leçon », *Le Devoir*, 21 mai, p. A6. Consulté le 30 septembre 2004 à l'adresse www.ledevoir.com/2003/05/21/28046.html.

MARTIN, Claude (1996). « Walking on a Tightrope: The Markets of Cultural Products in Québec », dans Emile MCANANY and Kenton WILKINSON (dir.). *Mass Media and Free Trade. NAFTA and the Cultural Industries*, Austin, University of Texas Press, p. 221-241.

MICKLETHWAIT, John, et Adrian WOOLDRIDGE (2000). *A Future Perfect: The Challenge and Promise of Globalization*, New York, Crown Business.

OKALOW, Samson (2003). « DVDs: The Next Big Thing? », *Strategy Magazine*, 5 mai. Consulté le 30 septembre 2004 à l'adresse www.inthenameofcool.com/inoc03/StrategyMagazine-may5_03.html.

PRESSE CANADIENNE (2006). « L'Office de la langue française enquête sur les DVD », *Cyberpresse*, 10 octobre. Consulté le 10 novembre 2006 à l'adresse http://www.cyberpresse.ca/article/20061010/CPACTUALITES/61010133&SearchID=73259563744375.

QUÉBEC. MINISTÈRE DE LA CULTURE ET DES COMMUNICATIONS (2005). *La pratique culturelle au Québec en 2004 : Recueil statistique*, Québec, Le Ministère. Consulté le 10 novembre 2006 à l'adresse http://mcc.quebectel.qc.ca/sites/mcc/ClinStat.nsf/b1fd69fb4323604485256b8200763006/24118d9d6197d284852570af005cd8df.

QUÉBEC. MINISTÈRE DE LA CULTURE ET DES COMMUNICATIONS (2004). *La diversité culturelle en question*, Québec, Le Ministère. Consulté le 30 septembre 2004 à l'adresse www.mcc.gouv.qc.ca/international/diversite-culturelle/engagement.html#texte.

QUÉBEC. MINISTÈRE DE LA CULTURE ET DES COMMUNICATIONS (2000). *Les pratiques culturelles des Québécoises et des Québécois 1999*, Québec, Le Ministère, Direction de l'action stratégique, de la recherche et de la statistique.

RAINELLI, Michel (2002). *L'Organisation mondiale du commerce*, Paris, La Découverte.

ROY, Réjean (2005). « Les technologies et le français », dans Alexandre STEFANESCU et Pierre GEORGEAULT. *Le français au Québec, les nouveaux défis*, Montréal, Fides.

ROY, Réjean (2004). *Acteurs ou consommateurs? Les Canadiens dans l'espace numérique culturel interactif de 2010*, Montréal, ISOC-Québec.

SEAMAN, Bruce A. (1992). « Considerations in Adapting Industrial Organization Theory to the International Trade in Cultural Goods », dans Ruth TOWSE et Abdul KHAKEE (dir.). *Cultural Economics*, Berlin, Springer-Verlag, p. 153-162.

STANBURY, W.T. (1998). [Article sans titre], *Fraser Forum*, août. Consulté le 30 septembre 2004 à l'adresse http://oldfraser.lexi.net/publications/forum/1998/august/intro.html.

STANFORD, Jim (2000). « WTO's Next Challenge? Unfair Use Of Sushi », *Globe & Mail*, 3 août. Consulté le 30 septembre 2004 à l'adresse www.commondreams.org/views/080300-104.htm.